

Implementación de Plan de negocios para la creación y desarrollo de la empresa Moda Y Más en
el Sector textil en la ciudad de Bogotá.

Presentado por:

Andrea Estefanía Ruiz Niño
Angélica María Silva Daza
Cristian David Muñoz Ladino

Presentado a:

Gloria Isabel Martínez
Asesora Opción de Grado Creación de Empresas

Fundación Universitaria del Área Andina
Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Financieras
Administración de Empresas
Bogotá D.C
2019

Contenido

Introducción.....	5
Módulo de Mercados	6
• Investigación de Mercados	6
1.1.1 Definición de Objetivos.....	6
1.1.3. Justificación y Antecedentes	7
1.1.3. Análisis del Sector	7
1.1.4 Análisis de Mercado.....	9
• Mercado Objetivo.....	10
• Consumo Per capita.....	10
• Nicho de Mercado	11
1.1.5 Análisis de la Competencia.....	14
• 1.2 Estrategias de Mercado	15
1.2.1 Concepto del Producto o Servicio	15
1.2.2 Estrategias de Distribución	17
1.2.3 Estrategias de Precio.....	18
1.2.4 Estrategias de Promoción	20
1.2.5 Estrategias de Comunicación	21
1.2.6 Estrategias de Servicio	22
1.2.7 Estrategias de Marketing Digital	23
1.2.8 Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo.....	25
1.2.9 Estrategias de Aprovisionamiento.....	27
• 1.3 Proyección de Ventas	29
1.3.1 Como alimentar tabla de proyección	29
• Costo de Venta	33
1.3.2 Justificación de las ventas	33
• Población y Muestra	33
2. MODULO DE OPERACIÓN	40
2.1 Operación.....	40
2.1.1 Ficha Técnica del Producto ó Servicio	40
2.1.2 Estado de Desarrollo.....	41
2.1.3 Descripción del Proceso	41

2.1.4 Necesidades y Requerimientos.....	45
2.1.5 Plan de Producción	47
2.2 Plan de Compras.....	48
3. Módulo de Organización	51
• 3.1 Estrategia Organizacional.....	51
3.1.1 Análisis Dofa	51
3.1.2 Organismos de Apoyo.....	51
• 3.2 Estructura Organizacional	51
• 3.3 Aspectos Legales.....	52
3.3.1 Constitución Empresa y Aspectos Legales	52
4. Módulo de finanzas	61
• 4.1 Ingresos	61
4.1.1 Alimentar casilla de recursos solicitados en el simulador financiero suministrado por el programa de Administración de Empresas.....	61
• 4.2 Egresos	61
4.2.1 Tablas de Egresos, como se generan (inversiones fijas y diferidas, costos de puesta en marcha).....	61
4.2.3 Costos anualizados administrativos, gastos de personal anualizados	61
• 4.3 Capital de trabajo	61
4.3.1 Alimentar tabla de capital de trabajo	61
5. Plan operativo	62
• 5.1 Cronograma de actividades.....	62
5.1.1 como alimentar tabla de cronograma de actividades.....	62
• 5.2 Metas sociales	63
5.2.1 Aportes del plan de negocio al plan nacional de desarrollo	63
5.2.2 Aportes del plan de negocio al plan regional de desarrollo	63
5.2.3 Aportes del plan de negocio al Cluster ó Cadena Productiva.	63
6. Impactos	65
• 6.1.....	65
• 6.1.1 Impacto Económico	65
• 6.1.2. Impacto Social	65
• 6.1.3 Impacto Ambiental	65
7. Resumen Ejecutivo	66

• 7.1.1 Concepto del Negocio	66
• 7.1.2 Potencial del Mercado en Cifras.....	68
• 7.1.3 Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor	69
• 7.1.4 Resumen de las Inversiones Requeridas.....	70
• 7.1.5. Proyecciones de Ventas y Rentabilidad	71
• 7.1.6 Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad	72
Conclusión	74
Bibliografía.....	96

Introducción

Este trabajo tiene como objetivo principal realizar un plan de negocios para la empresa Moda Y Más, en el que mediante una investigación exhaustiva se determine la viabilidad de la empresa, con el fin de llevar a cabo su creación.

Esta investigación se desarrolla teniendo en cuenta unos primeros aspectos; investigación de mercados, estrategias de mercadeo y proyección de ventas de Moda y Más. Para este plan de negocios es de vital importancia ir desarrollando estos aspectos puesto que nos dará una inicial para crear esta empresa y así obtener resultados optimistas para todo aquel que quiera invertir en esta empresa.

Módulo de Mercados

- Investigación de Mercados

1.1.1 Definición de Objetivos

- Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para la creación de un micro empresa industrial y comercial de uniformes empresariales, dirigida a las empresas y usuarios de la ciudad de Bogotá.

- Objetivos Específicos

- Construir un plan de marketing que permita posicionar a la empresa con los clientes que componen el mercado.
- Desarrollar un plan financiero para el avance del negocio.
- Establecer el tipo de sociedad y los procedimientos para la conformación de la misma.

1.1.3. Justificación y Antecedentes

La idea de crear este micro empresa es porque el sector textil en Colombia históricamente ha sido uno de los sectores con mayores desempeños en la industria colombiana gracias a la alta generación de empleo, buena dinámica empresarial y gran aporte a la industria del país.

Se desea ejecutar un plan de negocios debido al interés de los participantes en crear la empresa adquiriendo de esta manera mayores conocimientos y vinculación de esta. Nace de la necesidad propia de crear una empresa que reúna ciertas características como: rentabilidad, sentido social, posibilidad de éxito entre otros y es allí donde la creación de una empresa textil, no es tan solo en beneficio de unos, sino asimismo de negocios que se dedican a actividades ligadas a esta industria.

Académicamente, este proyecto permite poner en práctica todos los conceptos teóricos en la creación de una empresa, tomando en cuenta temas: económicos, relación con clientes, proveedores, empleados y un estudio profundo del sector.

1.1.3. Análisis del Sector

La empresa objeto de estudio, pertenece al sector secundario pues sus actividades económicas están relacionadas con la transformación industrial, las cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos. Ya que la futura empresa trabajara con textiles convirtiéndolos en prendas.

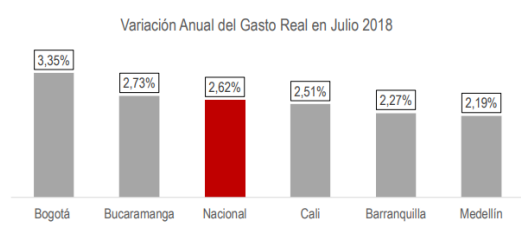
Tanto la producción de textil como de confecciones mejoraron su índice en el acumulado de este año. Este comportamiento se ve explicado por un incremento en el uso de la capacidad instalada y a su vez en la mayor confianza industrial.

De acuerdo con la Asociación Nacional de Industriales, el cierre de Colombia moda 2018 con las metas cumplidas en un 94% ha sido también un buen indicio para el futuro de la industria textil nacional que busca reponerse de 4 años de bajas y retomar las cifras alcanzadas en 2014.

Ventas: La confección colombiana también mostró signos de recuperación. En el primer semestre, la confección de prendas de vestir incrementó su facturación un 1,1% respecto al mismo periodo del año anterior. Los datos a junio son acumulados del año. Cifras: Dane – Elaboración: Sectorial Este comportamiento responde en gran medida al incremento en el gasto que se ha visto reflejado en bienes durables como el vestuario. También motivo de la mejora en el índice de Confianza al Consumidor, que en el primer semestre se ubicó en 5%, con un crecimiento de 34.5 puntos porcentuales* frente al mismo periodo del año anterior, obedeciendo al acrecentamiento en el índice de expectativas del consumidor principalmente en los estratos medio y alto.

Principales Ciudades

El gasto de los hogares en las principales ciudades creció ya que en 2016 el gasto decreció en todas ellas con la excepción de Medellín y para el presente año, el gasto creció por encima de del 2%



La economía estuvo reacia a seguir su comportamiento normal por las expectativas frente a la entrada del nuevo Presidente, por lo que esto es un factor que no aportó a que el gasto creciera como su rumbo lo indicaba.

Cali fue la ciudad con mayor crecimiento en el consumo de vestuario y calzado (4.86%), seguida por Barranquilla (4.60%), Bogotá (4.34%), Medellín (4.27%) y Bucaramanga (2.75%).

1.1.4 Análisis de Mercado

- Análisis Oferta Y Demanda

Oferta: Uniformes para el área ejecutiva, servicios generales, meseros, chef, estilistas, guardas de seguridad, entre muchos otros, ofreciendo prendas de calidad.

Demanda: Empresas y personas que estén en la ciudad de Bogotá, los cuales compran dotación empresarial para sus actividades laborales.

Oferta y demanda: El modelo de la oferta y la demanda describe la interacción en el mercado de un determinado bien entre consumidores y productores, en relación con el precio

- Mercado Objetivo

El mercado objetivo de la empresa son principalmente las empresas que uniforman a sus empleados y asimismo las mujeres y hombres entre los 18 a 50 años de estrato 3 y 4 ubicadas en el norte de la ciudad.

- Mercado Potencial

A partir del análisis de las tendencias y necesidades del ambiente se define el siguiente segmento:

- Regulación de la empresa: Privada
- Tamaño de la empresa: Micro
- Sector económico: Sector terciario

Dentro del sector terciario, se perciben con mayor valor los siguientes sectores: Banca, Finanzas y Seguros, Salud, Retail, Telecomunicaciones entre otros.

- Consumo Per capita

Según el informe de Raddar e Inexmoda, durante el último mes del año el consumo de vestuario en Colombia vio un crecimiento del 31,9% en cifras reales frente al mes precedente, reportando una facturación mensual de 1,5 billones de pesos.

Asimismo se estableció un incremento del 31,8% en el gasto per capita promedio nacional, pasando de 22 827 pesos.

- Magnitud de la necesidad

El uniforme es muy importante en una empresa porque es la imagen del empleado hacia el cliente también para el empleado es fundamental su uniforme por que le da presencia y seguridad para su trabajo y el buen desempeño del mismo.

Tabla 1.

Magnitud de la Necesidad

Quien	Las empresas que usan uniformes.
Donde	La compra se realiza mediante pedidos a las vendedoras por medio de el catalogo que tiene la unidad productiva en su página web, o de forma directa.
Porque	Las empresas tienen la necesidad de uniformar a sus empleados ya que la ropa es un elemento decisivo en un trabajo: hay trabajos en los que se necesita utilizar una ropa adecuada, ya sea por especificaciones visuales, como es el caso de la ropa reflectante y de alta visibilidad, o por necesidad de protección individual, como por ejemplo la necesidad de ropa ignífuga, ropa especial para la soldadura, entre otros.

- Nicho de Mercado

Los nichos de mercado están formados por personas (B2C) o compañías (B2B) que tienen características similares desde el punto de vista demográfico, comportamiento de compra, necesidades que tienen o el estilo de vida que los caracteriza.

Tabla 2.

Mercados

	Mercado	Segmentación de Mercado	Nicho de Mercado
Descripción	Localidad de Suba en la ciudad de Bogotá.	Establecimientos comerciales en la UPZ	Basado en el consumo aparente del 2% de la cantidad hallada en la segmentación de mercado.
Cantidad	77.638	14.004	280

Fuente: UPZ- Secretaría Distrital de Planeación

- Segmentación

De acuerdo con el plan territorial “en el sector servicios la actividad más representativa es la de hoteles y restaurantes, la cual participa con el 31,59% del total de establecimientos prestadores de servicios en el municipio. A continuación, aparecen los establecimientos dedicados a otras actividades de servicio con un 10,84% de participación y, los establecimientos dedicados a servicios sociales y de salud que representan el 10,13% del total de establecimientos clasificados en este sector. Los demás establecimientos tienen una participación menor del 8,9%, entre los que se destacan actividades empresariales, de correo y Telecomunicaciones, actividades de esparcimiento, culturales y deportivas y de enseñanza. Según el” Plan de desarrollo 2012-2015 “El subsector alojamiento presentó una recuperación en ventas, de 2009 a 2010, es decir de \$ 2.162 millones de pesos a \$ 2.607 millones de pesos; sin embargo frente al año base 2008, este subsector no alcanza un crecimiento positivo.” De acuerdo con el plan territorial de salud 2008-2011 En cuanto a los servicios de salud Sogamoso cuenta con instituciones de primer y segundo nivel de atención, además.

- Perfil Del Cliente

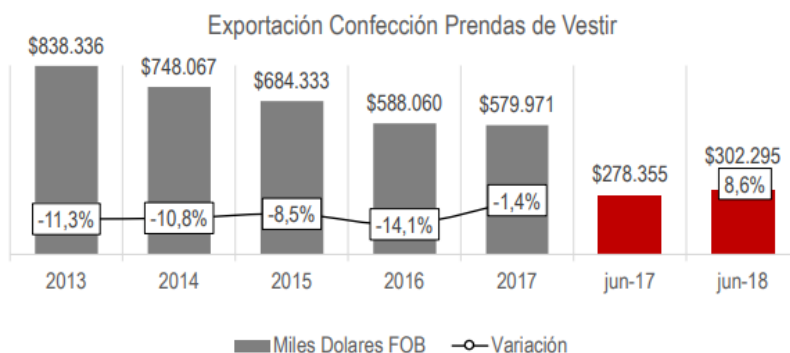
Cultural: El tipo de cliente que la empresa quiere atraer es aquellas empresas que dan a sus empleados uniformes para sus labores.

Demográficamente: En este perfil encaja los clientes que están ubicados en la ciudad de Bogotá que están ubicados principalmente en la localidad de Suba.

Social: El cliente ideal para la empresa es aquel que tiene necesidad de encontrar un producto el cual cumpla sus expectativas de durabilidad y calidad.

- Importaciones y Exportaciones

Importaciones y exportaciones de vestuario, confecciones y productos textiles, que muestran las tendencias en el comercio internacional del sector.

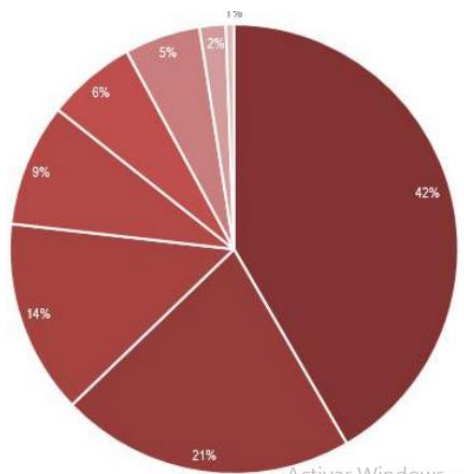


Cifras: Dane, según capítulos de arancel – Elaboración: Sectorial

Países Destino de Exportaciones de Textil y Confección para las Principales Partidas

Arancelarias en los cuales se encuentra Estados Unidos, Ecuador México, Perú, Brasil, Costa rica, Venezuela y Salvador.

País	Part.
Estados Unidos	42%
Ecuador	21%
México	14%
Perú	9%
Brasil	6%
Costa Rica	5%
Venezuela	2%
El Salvador	1%



Cifras: Organización Mundial del Comercio – Elaboración: Sectorial

- Productos Sustitutos y Complementarios.

Teniendo en cuenta como principal función del sector textil la de vestir, no existen productos sustitutos para los artículos textiles, ya que es tan sólo la ropa la que puede cubrir dicha necesidad. Algunos productos que pueden ser complementarios de los uniformes son: Zapatos, Gorros, Tapabocas y Guantes.

1.1.5 Análisis de la Competencia

1. Nombre: Uniformes Mundo Blanco

Ubicación: Bogotá. Centro Comercial Los Héroes

Productos: Uniformes en Anti fluido

2. Nombre: Acuarela

Ubicación: Bogotá. Calle 102A # 47 - 38

Productos: Uniformes Administrativos y Operativos

Tabla3.

Matriz Competidores

Matriz de Competidores		Competidor 1 Mundo Blanco		Competidor 2 Acuarela	
Factores Determinantes antes del éxito.	Peso	Calificación	Peso Ponderado	Calificación	Peso Ponderado
Participación en el mercado	0.2	4	0.8	2	0.4
Competitividad de precios	0.1	3	0.3	2	0.2
Publicidad	0.3	4	1.2	3	0.9
Calidad del producto	0.2	3	0.6	2	0.4
Lealtad del cliente	0.2	2	0.4	1	0.2
Total	1		3.3		2.1

Fuente Propia

- 1.2 Estrategias de Mercado

Generar publicidad por medio de las redes sociales y demás herramientas que nos permitan lograr el posicionamiento en el mercado de nuestra empresa, adquiriendo así el reconocimiento por los clientes y demás gente interesada en trabajar con nosotros.

1.2.1 Concepto del Producto o Servicio

- Que se va a vender

Se venderán productos de alta calidad como son uniformes para el área ejecutiva, servicios generales, meseros, chef, estilistas, guardas de seguridad, entre muchos otros.

- Cuál es el nivel de estacionalidad o moda del bien o servicio

En la empresa moda y más, no se tiene una estacionalidad predefinida, puesto que nuestros productos son para diversas ocasiones y nuestras prendas se solicitan según las situaciones que se tengan por el cliente al contactarse con la empresa.

- Haga una descripción básica del bien (es) o servicio (s)

El producto a ofrecer será ropa en dril, en índigo, anti fluidos, impermeables, chaquetas, chalecos e institucional. El precio del producto se toma en cuenta el material y cantidad de producto a solicitar.

- Cuáles son sus especificaciones

Desarrollamos nuestros productos con materiales de buena calidad, con gran innovación, la maquinaria pertinente y el personal idóneo para realizar este procedimiento, cumplimento y satisfaciendo las necesidades que se tiene por los clientes.

- Características

El producto será diseñado en material sintético donde sus componentes son químicos y se denominan fibras sintéticas donde se encuentra (Nylon, Fibra de polímero, Poliéster, Acrílico, Spandex, Fibras de caucho, Fibras metálicas, Fibras minerales, Aramidas: como Kevlar, Nomex.)

- Que es un producto de consumo directo e indirecto

- Distribución directa

La venta directa es un canal de distribución y comercialización de productos y servicios directamente a los consumidores. Consta únicamente de dos elementos: fabricante y consumidor final.

- Diseño

Confeccionamos diseños personalizados bajo el requerimiento del cliente o brindamos nuestro catálogo con diseños únicos y cómodos para el desarrollo de cual sea el tipo de actividad a desarrollar.

- Calidad

La calidad del producto se tendrá en cuenta con las expectativas del cliente, debido a que es conveniente que el producto sobrepase ligeramente las expectativas del cliente.

- Empaque

Sera de acuerdo a las leyes, normativas y regulaciones vigentes para empaques de su industria o sector (si éstas existen), pensando siempre en los deseos y expectativas de los clientes.

- Embalaje

El material exterior es muy importante, Lo más habitual es emplear embalajes de cartón, que ofrece diferentes configuraciones. Algunas de ellas son tan resistentes como la madera.

-Separara cada producto, ordenándolos por resistencia, colocando los artículos más resistentes en la zona exterior y los más frágiles en el interior. Envuelve las prendas de vestir en plástico de burbujas, pequeñas bolsas de seda o papel kraft según sea el caso.

1.2.2 Estrategias de Distribución

- Defina el canal de distribución del bien o servicio (hágalo gráficamente con la explicación de cada etapa)

Canal Directo

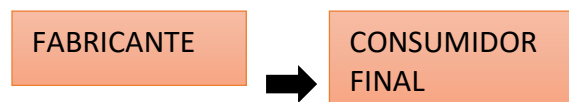


Figura: fuente propia

- Cuáles son las alternativas de penetración del mercado.

Mayor Promoción: lanzamientos de campañas de publicidad para generar una mayor conciencia de marca o implementar una promoción a corto plazo con fecha de terminación finita.

Mejoras De Los Productos: Se puede utilizar para crear un nuevo interés en un producto estancado o para ofrecer un beneficio adicional o cambiar por diseños más modernos

- Cuáles son las estrategias para la comercialización del bien o servicio
 - Estrategias de producto, Estrategias de precio, Estrategias de distribución y Estrategias de comunicación.
 -
- Cuál es el presupuesto de distribución

Tabla 4.

Presupuesto de Distribución

PRESUPUESTO DE DISTRIBUCION			
	DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SUELDO DE REPARTIDORES	Sueldo total al empleado, incluyendo seguridad social, prestaciones de ley.	1.200.000	14.400.000
REPARACION DE VEHICULOS DE REPARTO	Si el vehiculo es nuevo no se necesitaran reparaciones por un tiempo, si es ya usado, se calcula un promedio de acuerdo a la se deriva de la ruta	300.000	3.600.000
COMBUSTIBLE DE UN VEHICULO DE REPARTO	establecida para el repartidor, teniendo en cuenta el valor del combustible, precio actual	250.000	3.000.000
	VALOR TOTAL	1.750.000	21.000.000

Tabla: Fuente propia

1.2.3 Estrategias de Precio

- Precio de lanzamiento del bien o servicio

Teniendo en cuenta nuestra ubicación en el norte de la ciudad de Bogotá se establecen de acuerdo a la variedad de productos ofrecidos en el portafolio, se tiene su valor económico para cada uno de estos, dependiendo tallas, genero, prendas, en fin.

- Enunciar el Punto de equilibrio del precio

Para tener el punto de equilibrio en el producto tenemos que tener cuenta cuántos productos tenemos que vender para superar sus costos, y así empezar a generar utilidades.

- Condiciones de pago del bien o servicio

Manejamos compra inmediata, con la accesibilidad de pago con tarjeta o efectivo, y de esta manera también se solicitada un pago del 50% adelantado cuando son solicitudes grandes del producto y el restante al hacer la entrega del mismo.

- Porcentaje de gravamen IVA (enunciar según estatuto tributario)

La tarifa general del IVA es del 19 según lo contempla el artículo 468 del estatuto tributario modificado por la ley 1819 de 2016. Significa que todos los productos y servicios gravados con el IVA tienen una tarifa del 19% excepto aquellos que expresamente ha señalado que tienen una tarifa diferente.

- Preferencias arancelarias o de impuestos para el bien o servicio si los hay

En la empresa moda y más aun no se tiene contemplado las importaciones por ende no manejamos preferencias arancelarias.

- Estrategias para resistir la guerra de precios

La calidad en los materiales y el trabajo realizado de nuestras prendas confeccionadas nos permite ofrecer un precio sostenible y asequible por los usuarios en la ciudad de Bogotá, por los cual damos precios justos frente a nuestro trabajo.

- Explicar la manera como definió el precio del bien o servicio (tener en cuenta aspectos de análisis de competencia y por costeo, hacer cálculos)

Según la competencia que se tiene en esta industria analizamos sus prendas y materiales utilizados permitiéndonos conocer y establecer con claridad un mercadeo donde los porcentajes generados nos dan la oportunidad de plantear costos y utilidad frente a los competidores directos.

1.2.4 Estrategias de Promoción

- Cuáles son las estrategias promocionales que usara la empresa para motivar la venta, describa una a una.

Se aplica un porcentaje de descuento según la compra que se realice, entre esa un 15 % en la segunda prenda que se lleve el consumidor. De tal manera nuestros clientes pueden aprovechar al máximo y dar reconocimiento a la empresa.

- Estrategias para clientes especiales

-Productos de regalo, programa de incentivo de referencia del consumidor, regalos promocionales de la marca, eventos de apreciación de los clientes entre otros.

- Presupuesto de promoción (presupuesto con cotizaciones reales)

Para obtener un presupuesto promoción tendremos en cuenta 4 métodos como son

- Porcentaje de ventas: Es el método de asignación de presupuestos de uso más amplio. Pone el costo de la promoción en relación con el ingreso por ventas, lo que lo convierte en una variable más que en un gasto fijo.
- Todos los fondos disponibles: El objetivo es crear ventas y la participación de mercado con la mayor rapidez posible durante esos años iniciales.
- Seguir a la competencia: Igualar los gastos promocionales de los competidores o gastar en proporción a la participación de mercado. Existen dos problemas: los competidores tampoco saben cómo elaborar un presupuesto y las metas promocionales son diferentes de éstos.

- Tarea u objetivo: Fuerza a la administración a definir en forma realista las metas de su programa de promoción y verlas fuera de los límites de un periodo presupuestal definido. A este método se le suele llamar de acumulación por la forma en cómo se estructura el presupuesto.

1.2.5 Estrategias de Comunicación

- Establezca las estrategias de publicidad que usara la empresa (masiva y no masiva)

Por medio de las redes sociales se da a conocer nuestra empresa y los productos que hacemos, dando información a las personas y de este modo pregunten por lo que necesiten o así mismo se acercan directamente con el mismo fin.

- Porque razón la empresa usara estos medios de publicidad

Nos permite llegar al público y dejar mensajes directos de lo que es la empresa moda y más.

- Haga un presupuesto de publicidad y sopórtelo con cotizaciones

Generar alianzas con entidades publicaría, donde se cotice una serie de vallas publicitarias, pancartas, volantes ubicados en zonas de espacio público concurrentes de la sociedad.


Tabla 5.

Presupuesto de Publicidad

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD	
PRODUCTO	VALOR ANUAL
publicidad digital (radio,internet)	500.000
Diseño	200.000
volantes	75.000
pancartas	100.000
alquiler espacio publico	300.000
VALOR TOTAL	1.175.000

Tabla: Fuente propia

Cotización:

		Mouse Interactive (+57) 314 239 69 16		BOGOTA
CLIENTE		COTIZACION		
Andrea Ruiz		COTIZACION N° 1		
TEL: 3106804687		FECHA 29/08/2019		
E-mail: andrearuiz0430@gmail.com		VENCIMIENTO 28/09/2019		
REF	DESCRIPCION	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
17	SERVICIOS 17	500.000	1	500.000
18	SERVICIOS 18	200.000	1	200.000
19	SERVICIOS 19	75.000	1	75.000
20	SERVICIOS 20	100.000	1	100.000
21	SERVICIOS 21	300.000	1	300.000
			SUB TOTAL	1.175.000
			IVA (10%)	117.500
METODO DE PAGO QUE ACEPTAMOS			DESCUENTO	200
ACEPTAMOS PAGOS POR PAYPAL			TOTAL	1.292.300
TERMINOS Y CONDICIONES				
CONTADO				

1.2.6 Estrategias de Servicio

- Procedimientos para la prestación del servicio (post venta)

Se interactúa con los clientes de manera tal que al generar la compra de nuestros productos continuemos a la disposición de cumplir con las necesidades y satisfacer las expectativas que el cliente requiera frente a nuestro trabajo.

- Garantías del servicio

La empresa moda y más brindan a los clientes una garantía de 3 meses con respecto a todas las prendas elaboradas, de acuerdo a nuestro material de fabricación y la confección de las mismas.

- Servicio para instalación

En el caso de la empresa moda y más, no aplica este servicio de instalación para nuestro producto ofrecido.

- Servicio a domicilio

La entrega a domicilio nos permitirá aumentar la satisfacción del cliente y por consiguiente se generará un aumento en la adquisición del producto.

- Servicio posventa

El servicio posventa se realizara atreves de la página web donde tendremos en cuenta los siguientes aspectos para lograr el mejor servicio posventa:

- Promoción
- Comunicación personalizada
- Soporte
- Tiempo
- Agrega valor
- Acepta sugerencias

1.2.7 Estrategias de Marketing Digital

Elaborar una estrategia de marketing digital que permita difundir su(s) producto(s) y/o servicio(s) a través de la web, utilizando las siguientes herramientas:

- Propuesta de la publicidad digital

Generar imágenes publicitarias en las redes sociales donde se evidencie nuestros productos, la realización de estos, los materiales, el portafolio de productos, promociones, premios.

- Diseño de página web

La página web es la carta de presentación de una empresa, y en función de esta, los usuarios podrán hacerse una idea de quién es la empresa, lo que hace y el grado de profesionalidad. Por esto conseguir un diseño que funcione es uno de los puntos más complicados y en los que más se requiere el trabajo de profesionales que sepan pensar adecuadamente un espacio web. La manera en la que trabajamos este servicio se debe hacer pensando tanto en lo que queremos transmitir de nuestro producto como en lo que queremos explicarle a los usuarios. Es importante basarse en la libertad y en el gusto individual por este tipo de espacios, pero siempre teniendo en cuenta la imagen de la empresa y lo que consideremos imprescindible para el usuario. La razón es que se busca que reflejen y personifiquen la empresa, que los visitantes de la web sepan qué se habla, cómo y quién es la empresa que lo comunica con solo unos segundos en la web.

- Creación de redes sociales

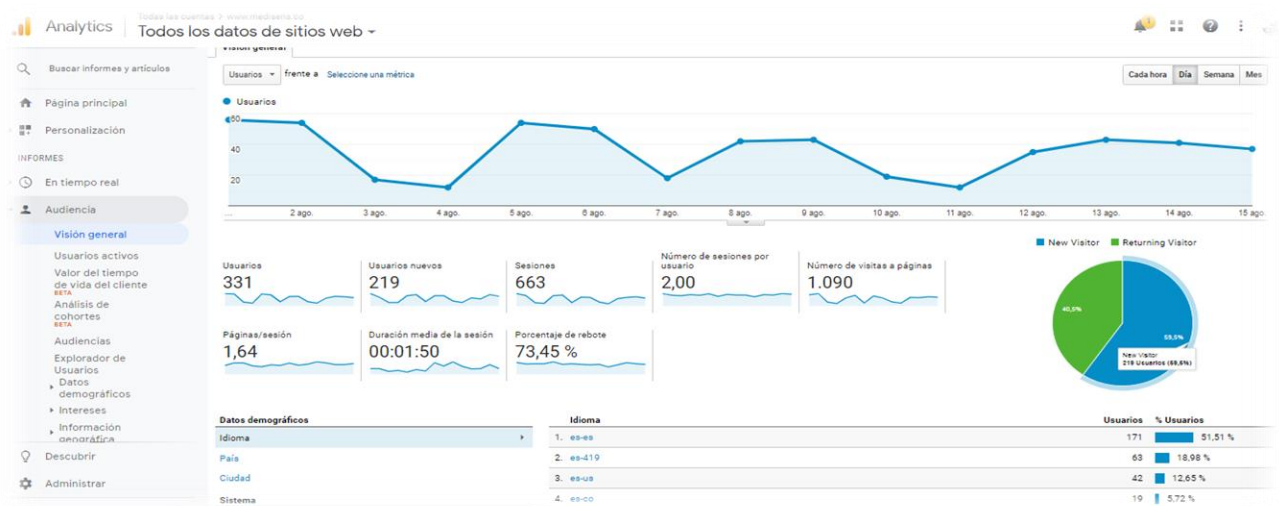
Facebook, Instagram, Twitter

Análisis de los indicadores y la información generada por los usuarios de la página y las redes sociales durante 15 días (adjuntar evidencias)

El análisis de estos indicadores será realizado por Google Analytics que es una herramienta de analítica web de la empresa Google. Ofrece información agrupada del tráfico que llega a los

sitios web según la audiencia, la adquisición, el comportamiento y las conversiones que se llevan a cabo en el sitio web.

Nos facilita datos e informes sobre todo lo que pasa en nuestra página web: visitantes, usuarios únicos, conversiones, duración de las visitas, duración de las sesiones, cómo han llegado a nuestra web.



1.2.8 Presupuesto de la Mezcla de Mercadeo

- Haga un presupuesto de cada una de las estrategias definidas (producto, promoción, publicidad, servicio, marketing digital, hágalo en una tabla resumen)


Tabla 6.

Presupuesto Mezcla de Mercado

	DESCRIPCION	PRESUPUESTO UNIDAD	PRESUPUESTO 10 UNIDADES	-10%	TOTAL ANUAL
PRODUCTO	se tiene en cuenta el tipo de unirforme,prendas a tomar	100.000	1.000.000	-	1.000.000
PROMOCION	de 10 unidades en adelante -10%	100.000	1.000.000	100.000	900.000
PUBLICIDAD	pancartas	2.500	25.000	-	25.000
	volantes	200	2.000	-	2.000
	diseño	150.000	-	-	150.000
MARKETING	contenido masivo redes sociales	500.000	-	-	500.000
			TOTAL		2.577.000

Tabla: Fuente propia

- Anexe cotizaciones que le den soporte al presupuesto

 MOUSE interactivo		andrearuiz0430@gmail.com (+57) 314 239 69 16 BOGOTA		
CLIENTE		COTIZACION		
Andrea Ruiz		COTIZACION N° 1		
TEL: 3106804687		FECHA 29/08/2019		
E-mail: andrearuiz0430@gmail.com		VENCIMIENTO 28/09/2019		
REF	DESCRIPCION	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
17	SERVICIOS 17	500.000	1	500.000
18	SERVICIOS 18	150.000	1	150.000
19	SERVICIOS 19	200	10	2.000
20	SERVICIOS 20	2.500	10	25.000
			SUB TOTAL	677.000
			IVA (10%)	67.700
METODO DE PAGO QUE ACEPTAMOS			DESCUENTO	200
ACEPTAMOS PAGOS POR PAYPAL			TOTAL	744.500
TERMINOS Y CONDICIONES				
CONTADO				

1.2.9 Estrategias de Aprovisionamiento

- Las necesidades y requerimientos son: materias primas, insumos maquinas, equipos, herramientas, mobiliario, equipos de oficina, publicidad, adecuación de instalaciones y talento humano

Tabla 7.

Proveedores, necesidades y requerimientos

PROVEEDOR	PRODUCTO	PRECIO DE VENTA	SERVICIO OFRECIDO	CALIDAD	PAGO CREDITO/CONTADO	PLAZOS
fukutex	servicio de maquinaria	3.000.000	transporte de maquinaria repuestos	Excelente	Credito/ contado	30 dias
Lafayette	Telas	10mil metro cuadrado	venta textil	Excelente	Credito/ contado	30-60 dias
Digaltex s.a.s	venta de telas	8mil metro cuadrado	venta textil	Buena	Credito/ contado	30 dias
Abraham Publicidad	publicidad y diseño	Depende de requerimiento solicitado	publicidad y diseño	Excelente	Contado	
Muebles príncipe	muebles y enseres de oficina	Depende de requerimiento solicitado	venta de inmobili	Buena	Contado	

Fuente Propia

- Flujo grama etapas de aprovisionamiento

ETAPAS DE APROVISIONAMIENTO

Materias primas

Insumo maquinaria

Mobiliario

Publicidad

Requiere de proveedor

NO

SI

Tipo de proveedores

Textil

Recepción de materia prima

Selección y clasificación

Son aptos?

NO

SI

Tipo de tela
Maquinaria
Hilos

FIN

Busca proveedores

Elevadores de precios

Consumo de compra

NO

SI

Entrega de insumo

FIN

Contacta proveedores

Procesa la solicitud

Emite orden de compra

Recibe orden de compra

Recibe o no bienes y servicios

NO

Realiza seguimiento

SI

Registra orden de pago

FIN

28

Departamento de publicidad y mercadeo

Requiere

NO

SI

Tipos de publicidad

Online
Radio
tv

Aprobó diseño

NO

Buscar
Diseño

Contrata

FIN

1

- 1.3 Proyección de Ventas

1.3.1 Como alimentar tabla de proyección

Tabla 8.

Hábitos de Consumo

Hábitos de Consumo según el tiempo de Estacionalidad		
Características de los Productos	Mensual	Anual
Compra de uniformes en anti fluído	-	2

Tabla 9.

Segmentación de Mercado

Descripción	Mercado	Segmentación de Mercado	Nicho de Mercado
	Localidad de Suba en la ciudad de Bogotá.	Establecimientos comerciales en la UPZ el r	Basado en el consumo aparente del 2% de la cantidad hallada en la segmentación de mercado.
Cantidad	77.638	14.004	280

Tabla 10.

Demanda Potencial

Demanda Potencial		
Características de los Productos	Mensual	Anual
Productos relacionas con la confección de telas mes, camisas, blusas y faldas)	280	3360

Tabla 11

Unidades a Vender por Mes y Año

Participación en el Mercado						
Producto	Clientes Potenciales	Hábitos por Clientes	Ventas Mensuales	Ventas unidades por año	Participación en el mercado	Participación de la mezcla producto
Uniformes Empresariales	77.638	2	280	3360	2,16%	100%
Total			280	3.360	2,16%	100%

Proyección de Ventas Por Unidad

La proyección de ventas se muestra en términos de unidades. Para conocer el resultado se trabaja sobre un determinado periodo de tiempo de 5 años. Este pronóstico de ventas se calcular sobre una base mensual y anual. Tabla 12.

Proyecciones de Ventas en Unidades año 2019													
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sep.	Octubre	Nov.	Dic.	Total
Uniformes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	110	110
Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	110	110

Proyecciones de Ventas en Unidades año 2020													
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sep.	Octubre	Nov.	Dic.	Total
Uniformes	200	210	180	180	200	230	250	240	210	200	200	230	2.530
Total	200	210	180	180	200	230	250	240	210	200	200	230	2.530

Proyecciones de ventas en Unidades año 2021													
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Uniformes	300	290	220	220	240	239	290	280	230	220	210	240	2.979
Total	300	290	220	220	240	239	290	280	230	220	210	240	2.979

Proyecciones de ventas en Unidades año 2022													
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Uniformes	330	320	270	270	290	320	330	320	290	290	280	320	3.630
Total	330	320	270	270	290	320	330	320	290	290	280	320	3.630

Proyecciones de ventas en Unidades año 2023													
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Uniformes	380	390	310	300	300	340	350	350	340	340	350	370	4.120
Total	380	390	310	300	300	340	350	350	340	340	350	370	4.120

Proyección de ventas-Monetario

El pronóstico realizado es una estimación a las ventas futuras, para un periodo determinado, se tuvo en cuenta la segmentación del mercado, los índices en la industria textil, inflación entre otros. También se tuvo en cuenta factores como la temporada donde aumenta el consumo general.

Precio de Ventas (Pesos Colombianos)						
Producto	Año base	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Uniformes	\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 106.100	\$ 114.111	\$ 120.501	\$ 126.526

Tabla 13.

Proyecciones de Ventas en Unidades año 2019													
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Uniformes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 11.000.000	\$ 11.000.000
Total de ventas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 11.000.000	\$ 11.000.000

Proyecciones de Ventas en Unidades año 2020													
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Uniformes	\$ 21.220.000	\$ 22.281.000	\$ 19.098.000	\$ 19.098.000	\$ 21.220.000	\$ 24.403.000	\$ 26.525.000	\$ 25.464.000	\$ 22.281.000	\$ 21.220.000	\$ 21.220.000	\$ 24.403.000	\$ 268.433.000
Total de ventas	\$ 21.220.000	\$ 22.281.000	\$ 19.098.000	\$ 19.098.000	\$ 21.220.000	\$ 24.403.000	\$ 26.525.000	\$ 25.464.000	\$ 22.281.000	\$ 21.220.000	\$ 21.220.000	\$ 24.403.000	\$ 268.433.000

Proyecciones de ventas en Unidades año 2021													
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Uniformes	\$ 34.233.165	\$ 33.092.060	\$ 25.104.321	\$ 25.104.321	\$ 27.386.532	\$ 27.295.244	\$ 33.092.060	\$ 31.950.954	\$ 26.245.427	\$ 25.104.321	\$ 23.963.216	\$ 27.386.532	\$ 339.958.151
Total de ventas	\$ 34.233.165	\$ 33.092.060	\$ 25.104.321	\$ 25.104.321	\$ 27.386.532	\$ 27.295.244	\$ 33.092.060	\$ 31.950.954	\$ 26.245.427	\$ 25.104.321	\$ 23.963.216	\$ 27.386.532	\$ 339.958.151

Proyecciones de ventas en Unidades año 2022													
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Uniformes	\$ 39.765.244	\$ 38.560.237	\$ 32.535.200	\$ 32.535.200	\$ 34.945.215	\$ 38.560.237	\$ 39.765.244	\$ 38.560.237	\$ 34.945.215	\$ 34.945.215	\$ 33.740.207	\$ 38.560.237	\$ 437.417.689
Total de ventas	\$ 39.765.244	\$ 38.560.237	\$ 32.535.200	\$ 32.535.200	\$ 34.945.215	\$ 38.560.237	\$ 39.765.244	\$ 38.560.237	\$ 34.945.215	\$ 34.945.215	\$ 33.740.207	\$ 38.560.237	\$ 437.417.689

Proyecciones de ventas en Unidades año 2023													
Producto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Uniformes	\$ 48.079.796	\$ 49.345.053	\$ 39.222.991	\$ 37.957.733	\$ 37.957.733	\$ 43.018.764	\$ 44.284.022	\$ 44.284.022	\$ 43.018.764	\$ 43.018.764	\$ 44.284.022	\$ 46.814.538	\$ 521.286.205
Total de ventas	\$ 48.079.796	\$ 49.345.053	\$ 39.222.991	\$ 37.957.733	\$ 37.957.733	\$ 43.018.764	\$ 44.284.022	\$ 44.284.022	\$ 43.018.764	\$ 43.018.764	\$ 44.284.022	\$ 46.814.538	\$ 521.286.205

Proyección de Ventas (Unidades)					
Producto	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2020	Año 2021
Uniformes Empresariales	110	2.530	2.979	3.630	4.120
Total Ventas Año	110	2.530	2.979	3.630	4.120

Proyección de Ventas (Pesos)					
Producto	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2020	Año 2021
Uniformes Empresariales	\$ 11.000.000	\$ 268.433.000	\$ 339.958.150	\$ 437.417.689	\$ 521.286.204
Total Ventas Año	\$ 11.000.000	\$ 268.433.000	\$ 339.958.151	\$ 437.417.689	\$ 521.286.205

- Costo de Venta

Tabla 14.
Costo de Venta

Concepto	Costo Unt. Año Base	AÑO 2019
Materia prima e insumos	\$ 21.000	\$ 21.000
Total	\$ 21.000	\$ 21.000

Materia Prima e Insumos	Un. Medida	Consumo	Valor Unitario	Total Unitario
Cremalleras	Unidad	2	\$ 500	\$ 1.000
Tela	Metro	1	\$ 15.000	\$ 15.000
Bordado	Unidad	1	\$ 3.000	\$ 3.000
Otras herramientas	Unidad	1	\$ 2.000	\$ 2.000
TOTAL				\$ 21.000

1.3.2 Justificación de las ventas

- Población y Muestra

Suba es la localidad de Bogotá con el mayor número de empresas y establecimientos de comercio con 77.638, que representa el 12,1% de la Ciudad.

UPZ	Empresas	%Part.
Britalia	6.800	7,6
Casa Blanca	3.561	4,0
El Prado	14.004	15,7
El Rincon	15.409	17,3
Guaymaral	197	0,2
La Academia	164	0,2
La Alhambra	9.226	10,4
La Floresta	6.189	7,0
Niza	9.581	10,8
Rural	7	0,0
San Jose De Bavaria	4.858	5,5
Sin UPZ	260	0,3
Suba	9.294	10,5
Tibabuyes	9.372	10,5
Total Suba	88.922	100,0

Fuente: Registro Mercantil Cámara de Comercio de Bogotá

- En Suba, la mayor parte de las empresas registradas con matrícula activa tienen como actividad principal: comercio (28,3%), servicios profesionales (15,6%) e industria (9,4%).

Z= porcentaje de confianza

E= porcentaje de error

p*q= nivel de variabilidad que se calcula para comprobar la hipótesis

N= población

Tabla 15

Población y Muestra

N	14.004
Z	1.65 -90%
P	75%
Q	25%
E	10 %

Operación:

$$n = \frac{Z^2 \cdot X \cdot P \cdot X \cdot Q \cdot X \cdot N}{(E^2 (N-1) + Z^2 \cdot P \cdot X \cdot Q)}$$

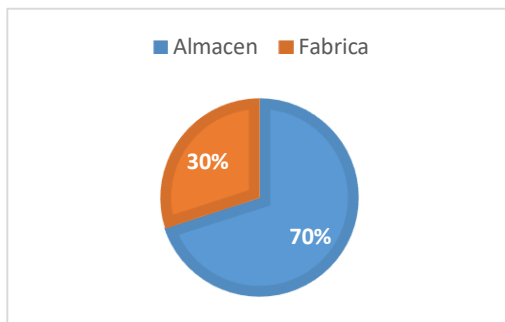
$$n = 9$$

Investigación de Mercados

Pregunta 1. ¿Dónde compra usted la Dotación para sus empleados?

a. Almacén

b. Fabrica



Análisis: De las empresas encuestadas se determinó que el 70% compran las dotaciones en los almacenes y solo el 30% los compran directamente en las fábricas. Por lo cual se evidencia que en almacenes son más factibles las ventas.

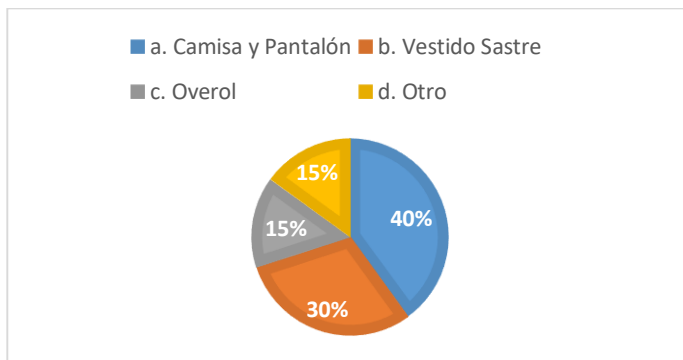
Pregunta 2. ¿Qué clase de prendas de dotación requiere para su personal?

a. Camisa y Pantalón

b. Vestido Sastre

c. Overol

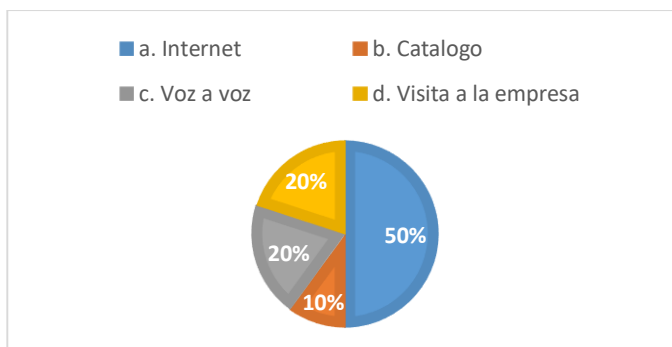
d. Otro



Análisis: De todas las prendas de dotación empresarial que existen, la camisa y pantalón son las más utilizadas por las empresas. Este tipo de prenda es útil para las diferentes actividades de las empresas y por su comodidad. Por otro lado el vestido sastre es el segundo más exigido, por su elegancia.

Pregunta 3. ¿Cómo consigue la empresa que le suministra las dotaciones?

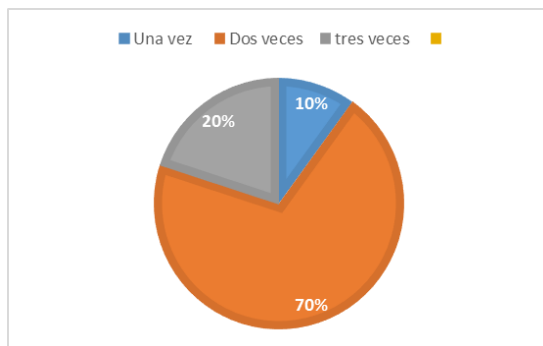
- a. Internet
- b. Catalogo
- c. Voz a voz
- d. Visita a la empresa



Análisis: Actualmente las empresas buscan por internet páginas que dotaciones empresariales en las cuales encuentran los diseños, precios, materiales y más. Por esta razón las empresas escogen el internet por su facilidad.

Pregunta 4. ¿Cuántas veces al año hace la compra de este producto?

- a. Una vez
- b. Dos veces
- c. Tres veces



Análisis: El 70 % de las empresas dan a sus empleados dotación 2 veces al año. Esto garantiza que, como proveedores, cada 6 meses, se reciban pedidos. Por otro lado el 20% cumplen con 3 dotaciones por año.

- Capacidad Instalada

Tiempos Por Producción	Producto
96 Minutos	Uniforme Completo

Una jornada de trabajo tiene 8 horas., entonces se deduce que una persona en un día laboral realiza 5 uniformes completos: Camisa, Pantalón, Gorro etc. Se convierte 8 horas en minutos =480

Resultado: Se divide 480 en 5 (Uniformes) = 96 - Se realizan 5 Uniformes en las 8 horas laborales. Por cada uniforme son 96 minutos confeccionándolo.

- Carta preacuerdo de compra

<p style="text-align: right;">Ciudad de Bogotá 26 de mayo de 2019</p> <p>Para: Moda y Más.</p> <p>De: Manuel Gómez</p> <p>Coordinador General</p> <p>Asunto: Preacuerdo comercial</p> <p>Por medio de la presente expresamos a usted nuestra intención de adquirir la dotación empresarial para todas las áreas de la empresa que son 110 uniformes para mujer y 80 para hombre.</p> <p>En espera de su amable y pronta respuesta, quedo a sus órdenes.</p> <p>Atentamente</p> <p>Manuel Gómez</p>
--

- Ficha Técnica de encuesta

Tabla 16.

Ficha-Encuesta

Fecha de Realización	20 al 27 de Agosto
Universo	Personas dueñas de empresas
Técnica de Recolección	Presencial y Virtual
Objetivo de la medición	Detectar las necesidades de las empresas y conocer sus hábitos de compra.
Método para Aplicar	Tipo Cuestionario, preguntas cerradas.

1.3.3 Política de Cartera

Moda y mas no otorgaría crédito frente a los productos ya por compras en cantidades considerables se da inicio al trabajo contando con un 50% del capital y el restante cuando se hace entrega del producto, de tal manera el crédito no sería viable en la empresa

Nuestra cartera se maneja con la compra inmediata y a cantidades grandes de productos de da inicio al trabajo con el 50% de valor acordado y al hacer la entrega el restante, donde ofrecemos garantías y comodidad en las prendas confeccionadas.

2. Módulo de Operación


2.1 Operación

2.1.1 Ficha Técnica del Producto ó Servicio

- Para bienes es necesario describir las características técnicas del bien a desarrollar: capacidad, cualidades, diseño, tamaño, tecnología, características fisicoquímicas, condiciones climáticas, factores ambientales, características de empaque y embalaje, almacenaje, etc.

Tabla 17.

Ficha Técnica

FICHA TECNICA DE PRODUCTO	
Término	
Imagen principal del producto	
Nombre del producto	uniformes empresariales
Descripción	Mujer: blaiser, abotonada y falda tiro largo, color negro Hombre: blaiser y pantalon color negro
Características de embalaje	embalaje de cartón, Se trata de un embalaje muy útil porque es adaptable en términos de tamaño y forma (automontables, de solapas, dos piezas...). Además, es un excelente reclamo publicitario para las marcas debido a que se pueden decorar con el logo o palabras impresas. Atendiendo a su grosor podemos elegir entre canal simple (hasta 20 kg de peso), canal doble (hasta 70 kilos de peso) o canal triple (hasta 350 kg)
Características de empaque	Reutilizable, Innovador, Ecológico
Medidas	S, M, L (depende la solicitud del cliente)
Material	Poliéster

Fuente: Propia

Imagen de:

<https://www.elmundo.es/yodona/moda/2018/07/10/5b44adb6e2704e02888b45ca.html>

2.1.2 Estado de Desarrollo

- Describa del estado del arte del bien o servicio ó el avance que se tiene del nuevo bien o servicio a desarrollar teniendo en cuenta si existen prototipos, desarrollo de I+D+I:

Con el desarrollo del I+D+I pretendemos tener un valor diferenciador interno y que nos caracterice para un desarrollo externo con el fin de mejorar nuestras ventajas competitivas. Para la esta elaboración de la página web se utilizara programas como Dreamweaver, laravel y Photoshop y versiones como html5 y php, contara con un menú (despliega todo lo los productos) igualmente el opciones como exlíder, productos, información de la empresa (misión visión) e inicio.

La manera en la que trabajamos este servicio se hace pensando tanto en lo que queremos transmitir de nuestro producto como en lo que queremos explicarle a los usuarios. Nos basaremos en libertad y en el gusto individual por este tipo de espacios, pero siempre teniendo en cuenta la imagen de la empresa y lo que consideremos imprescindible para el usuario. La razón es que se busca que reflejen y personifiquen la empresa, que los visitantes de la web sepan qué se habla, cómo y quién es la empresa que lo comunica con solo unos segundos en la web.

2.1.3 Descripción del Proceso

- Diagrama De flujo (Anexo)
- Es necesario en el diagrama establecer cuales operaciones unitarias son responsabilidad de la empresa y cuáles serán subcontratadas.
 - No Aplica

- Con base al diagrama de flujo describa cada una de las operaciones o actividades que hacen parte de este, cada descripción debe estar fundamentada desde lo técnico, o de ingeniería, esto se hace en el cuerpo de la plataforma.

Tabla 18. *Descripciones*

	DESCRIPCION
REQUISITION	requisición de compra es el documento generado por un departamento usuario o por el personal de almacén para notificar al departamento de compras los artículos que se necesitan pedir, la cantidad y el marco de tiempo de entrega.
SELECCIÓN DE PROVEEDORES	una vez realizada la requisicion la empresa continua a Seleccionar los proveedores se convierte en una tarea que está por encima de muchas otras. La búsqueda de proveedores y su correcta homologación puede ser un elemento fundamental competitivo frente a otras organizaciones.
SOLICITA COTIZACION	un vez seleccionados los proveedores se realiza una solicitud de cotización se piden además de los precios, las especificaciones del producto, marca, una breve descripción, formas de pago, términos de entrega, precio por unidad, precio total de los productos.
PROVEEDOR COTIZA	es un documento que no puede ser editable para quién la recibe, que informa del costo de un servicio o producto además da una imagen de seriedad por parte de quién la emite que es el vendedor o proveedor
RECEPCION, EVALUACION Y SELECCIÓN DE PRESUPUESTO	la empresa evalua si cuenta con el presupuesto para la compra que se va a realizar , el objetivo del presupuesto de compras es determinar los requisitos de la organización para la compra de materiales en el inventario. El presupuesto de compras permite determinar cuánto dinero y cuántos productos se necesitan para alcanzar los objetivos deseados.
NEGOCIACION	La negociación es un esfuerzo de interacción orientado a generar beneficios
ORDEN DE COMPRA	una vez realizada la negociacion se prosigue a realizar una orden de compra es una solicitud escrita a un proveedor, por determinados artículos a un precio convenido.
PROVEEDOR VENDE	el proveedor vende los productos, materiales que la empresa cotizo anteriormente
AREA CONTROL DE CALIDAD	La función principal del control de calidad es asegurar que los productos o servicios cumplan con los requisitos mínimos de calidad.
INSPECCION DE CALIDAD	En el control de calidad, los sistemas de inspección sirven para examinar y medir las características de un producto, así como los componentes y materiales de que está elaborado, o de un servicio o proceso determinado, todo con el fin de verificar si cumple o no con los requisitos especificados.
MERCANCIA ACEPTADA	una vez realizada su inspeccion de calidad, se acepta la mercancia
PROVEEDOR DESPACHO DE MERCANCIA	el proveedor despacha la mercancia a la empresa una vez se es aceptada por la inspeccion de calidad
FACTURA Y REMISION	el proveedor realiza la factura para emitirla a la empresa, La factura es un documento fiscal y la nota de remisión no, aunque ambas tienen la función de respaldar la compra-venta de algo o la prestación de un servicio.
ARCHIVO	la factura pasa al archivo de la empresa, que es donde reguarda los documentos de la misma
PAGO	se realiza el pago por compra de mercancia
COMPROBANTE DE EGRESO	Los comprobantes de egreso es el documento encargado de mantener el registro de todos los gastos que se realizan en una empresa o negocio. Este documento es obligatorio tanto para las pequeñas como para grandes empresas (Negocios).

- El diagrama de flujo se envía como anexo
- Anexe de ser necesario balances de materia y energía para cálculo de rendimientos (cuando hay transformación de materia prima)
 - No Aplica
- Anexe los cálculos de capacidad instalada los cuales fueron necesarios para justificar las ventas
 - Anexo pagina 28 (proyección de ventas).
- Anexe diagramas de tiempos y movimientos del bien o servicio
 - Anexo pagina 28 (proyección de ventas).
- Anexe diseño de planta o instalaciones



Fuente Propia

2.1.4 Necesidades y Requerimientos

Tabla 19.

Programa de Necesidades y Requerimientos.

PROGRAMA NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS		
NECESIDAD	RECURSO FISICO	OTROS INSUMOS
DISEÑO TEXTIL	Computador, impresora	programas de diseño, materiales diseñador, carton para moldes, insumo de oficina
CORTE CONFECCION	mesa de corte, cortadora, maquina de coser, (fileteadora, plana, sesgo, collarín)	plomada, moldes tijeras, metro, hilo, otros
ESTAMPACION	pulpo de estampado (6 brazos), computador, impresora alta gamma, termofijadora, cuarto de quemado	papel transfer, marcos, tintas (plastisol, base agua, sublimacion) manguera para quemado
EMPAQUE	mesa de empaque	cajas de carton para embalaje, cinta.
MAQUINARIA	tres máquinas de coser rectas, una máquina Overlock (2 agujas, 4 hilos)	máquina botonera, ojaladora, elastiquera, de corte, remalladora, recubridora, collaretera, bastera y atracadora.
EQUIPO INFORMATICO	cajón portamonedas y máquina de impresión de tickets y facturas.	
TALLER DE DISEÑO	6 maniquís	3 masculinos y 3 femeninos
NECESIDAD DE PERSONAL	1 gerente por cada línea 2 asistentes, 2 diseñadores gráficos 1 publicista.	1 Recepcionista 2 aceadora vendedores
PUBLICIDAD	Pag web papeleria Distribución puerta a puerta para campañas publicitarias.	
MATERIA PRIMA	Cremallera algodón hilo tela	tizas satres agujas botones metro entre tela
ADECUACION DE INSTALACION	Energia calefaccion agua	

Fuente Propia

Tabla 20.

Fichas técnicas de cada necesidad y requerimiento

ficha tecnica de productos		
nombre del producto	imagen	caracteristicas
Computador		COMPUTADOR: monitor,placa base,memoria ram,disco duro, disco optico,teclado mouse
Cortadora		cortadora textil: Base de perfil bajo, pulido y afilado para disminuir la fricción y distorsión. *Manejo simples de la máquina por su bajo centro de gravedad y óptima relación potencia y peso. *Sistema concentrado de lubricación y de uso sencillo. *Sistema de enfriamiento a base de aire por succión en la parte trasera de la máquina. *Afilador automático integrado de accionamiento sencillo.
termofijadora		1 Plancha 30x38 2 Resistencias Mug tradicional 2 Resistencias Mug Conico 2 Resistencias Platos 1 Resistencia Cachuchas
mesa de empaque		Mesa de trabajo lisa en isla con medidas de 2.00 x 0.80 x 0.75 m. Fabricada en acero inoxidable T-304 C-18 en cubierta montada sobre estructura tubular
máquinas de coser rectas		*Verificación del aceite *Polea del volante *Barra del pie prénsatelas *Tornillo regulador de presión del pie prénsatelas
máquina de impresión de tickets		*Papel económico. *Su impresión es más durable *lenta *Requiere de cinta entintada.
maniquís		Material: piernas de fibra de vidrio Medidas: alto: 190 cm, hombros: 50 cm, pecho: 100 cm, cintura: 80 cm y cadera: 100 cm
tela		Existen muchos tipos diferentes de telas; algunas provienen del tejido de materiales orgánicos, otras se consiguen a partir de una elaboración sintética y, de acuerdo al material con el que han sido preparadas, pueden servir para unas determinadas prendas.

Tabla 21
Cotizaciones de cada necesidad y requerimiento

cotizacion de requerimientos				
producto	empresa	unidad	cantidad	valor
hilo(metro)	corseteria medellin	240	100	24.000
telas (metro)	manufacturas elliot	7500	500	3.750.000
	facol	7500	500	3.750.000
	el arca textil	7500	500	3.750.000
	textilero.com	7000	500	3.500.000
	textiles ivan	8000	500	4.000.000
moldes	orbey castellanos	50000	5	250.000
maquinas de coser	macoser	474600	8	3.796.800
	homcenter	500000	8	4.000.000
	tecni costura S.A	450000	8	3.600.000
maniquis	exhivicol	45000	10	450.000
	vialambre.com	40000	10	400.000
botones	BOTONES Y TENIDOS S A S x 78	200	1000	200.000
	BOTONES DE COLOMBIA S A S x78	300	1000	300.000
	BOTONES EL AS Y PROYECTOS SAS x 78	350	1000	350.000
cortadora	laser textil	254600	2	509.200
	importecol	258700	2	517.400

Fuente: propia.

2.1.5 Plan de Producción

Tabla 22
Producción

plan de produccion		
Etapas	Actividad	Descripcion
1.Recepcion de la materia prima	revision de la materia prima	cuando llegan a dejarlo, vemos si lo que vamos a adquirir sea de acuerdo a las carasteristicas que necesitamos
	clasificacion materia prima	se separa y se colocan en diferentes lugares
	almacenamiento	se guarda todas las cosas que se hayan adquirido
2.elaboracion del producto	corte y diseño tela	corte de materiales , dependiendo de el patron del diseño
	manufactura	union de las piezas
	planchado	
	empaque de las prendas	
3. entrega del producto al cliente	entrega del producto	se realiza la entrega del producto adquirido por el cliente.

- El plan de producción se elabora con base a la proyección de ventas programada, debe estar elaborado por periodos (días, semanas, meses, trimestre, semestre y con proyección a 5 años)

Tabla 23

Plan de Producción

uniformes empresariales					
año	2020	2021	2022	2023	2024
días	10	15	17	19	23
semanas	50	75	85	95	115
meses	200	300	330	380	460
trimestre	590	810	920	1080	1370
semestre	1200	1509	1800	2020	2670
total al año	2050	2709	3152	3594	4638

Fuente: propia

2.2 Plan de Compras

Tabla 24.

Costo Materia Prima e insumos

COSTO MATERIA PRIMA				
Materia prima	unidad de compra	costo por unidad	unidades requeridas	costo total
tela	metro	10.000	500	5.000.000
entre tela	metro	5.000	250	1.250.000
herraje	unidad	3.200	100	320.000
hilo	tubi	1.500	100	150.000
empaque	unidad	1.500	200	300.000
TOTAL COSTOS DE MATERIA PRIMA				7.020.000

Fuente: propia

costo de insumos			
	unidad	cantidad	valor
agujas	100	10	1.000
repuesto de maquinas	50.000	4	200.000
cuchuilla corte	60000	2	120.000
cinta de embalaje	8000	5	40.000
		total	361.000

Fuente: Propia

Tabla 25

Costo de Transporte

costo de transporte producto terminado	
valor mensual	valor anual
250.000	3.000.000

Fuente: propia

Tabla 26

Costo de Mantenimiento

costo de mantenimiento de maquinaria
valor anual
4.000.000

Fuente: Propia

Tabla 27

Costo de Instalaciones

costo de instalaciones		
	valor mensual	valor anual
costo arrendamiento	1.000.000	12.000.000
costo repuestos	20.000	240.000

Fuente: Propia

Tabla 28

Costo Mano de Obra

costo mano de obra directa por periodo			
	cantidad	valor hora	valor total
dia normal	8	5.000	40.000
semana	40	5.000	200.000
mes	160	5.000	800.000
horas extras	2	4.300	8.600
		TOTAL	1.048.600

Fuente: Propia

Tabla 29

Costo Mano de obra indirecta

costo mano de obra indirecta por periodo			
	cantidad	valor hora	valor total
dia normal	8	4.500	36.000
semana	40	4.500	180.000
mes	160	4.500	720.000
horas extras	2	4.000	8.000
		TOTAL	944.000

Fuente: propia

Tabla 30

Costo servicios Públicos

costo servicio publicos		
Servicio	mensual	anual
agua	200.000	2.400.000
luz	350.000	4.200.000
	TOTAL	6.600.000

Fuente. Propia

costo mantenimiento y respuestos
anual
300.000

3. Módulo de Organización

- 3.1 Estrategia Organizacional

3.1.1 Análisis Dofa

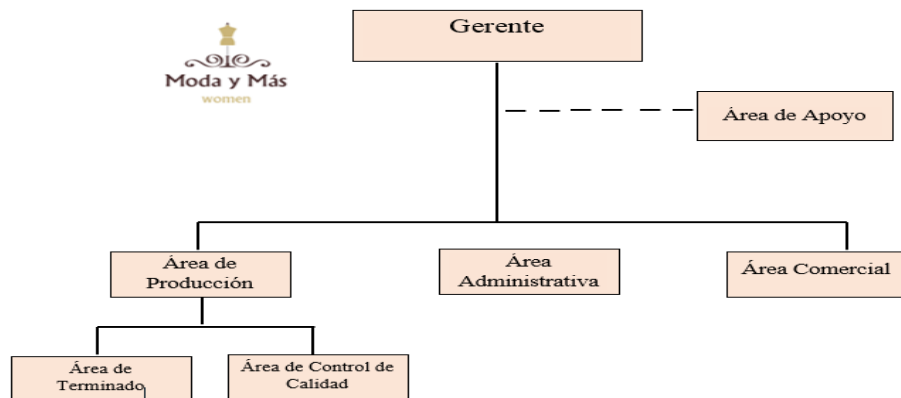
Tabla 31 *Dofa*

Fortalezas	Debilidades
1. Página web de la empresa que permite dar a conocer los productos que tiene la empresa. 2.- Variedad e innovación de los productos. 3.- Precios y productos competitivos 4.- Buen trato a los empleados 5. Las funciones delegadas son claras	1. Los consumidores prefieren comprar ropa de marcas reconocidas. 2. Falta de herramientas e instrumentos de alta tecnología que permitan la facilidad de las actividades. 3. Falta manual de funciones. 4. Poco reconocimiento de la marca.
Oportunidades	Amenazas
1.Disminución tasas de interés 2 .Precios competitivos en el mercado 3. Herramientas tecnológicas 4.Expansión de nuevos mercados 5. Constante crecimiento de la industria textil. 6. La amplia oferta de insumos y accesorios para la confección.	1.Difícil situación económica 2.Competencia desleal 3. Cambios en las necesidades del consumidor. 3.Alta competencia en la industria textil 4. El aumento en la tasa de desempleo 5. Contrabando 6. Aumento en los costos de los insumos

Fuente Propia

3.1.2 Organismos de Apoyo

- 3.2 Estructura Organizacional



- 3.3 Aspectos Legales

3.3.1 Constitución Empresa y Aspectos Legales

Tabla 32

Constitución

Tipo De Empresa	Micro Empresa- Textil
Clasificación CIIU	CIIU 1410- Confección de prendas de vestir, Excepto prendas de piel.
Tipo de Sociedad	Anónima

- Tramites Tributarios

- Rut:

1. Inscripción virtual del Régimen Simple de Tributación-SIMPLE
- 2 - Para inscripción virtualmente
- 3 - Para inscripción Presencial -Solicitar cita
- 4 - Reunir documentos y cumplir condiciones
- 5 - Radicar documentos para formalizar inscripción

- Registro Libros Contables:
 1. Elija el modelo virtual de acta o documento que se ajusta a su necesidad y diligencie los campos requeridos
 2. Verifique los estatutos de la sociedad o entidad que pretende modificar para que el documento se ajuste a los mismos y a la normatividad vigente.
 3. Envíe su documento para revisión previa.

- Facturación
 1. La solicitud se debe hacer por intermedio de la plataforma de la Dian y es preciso tener el mecanismo de firma digital
 2. Se debe tener el Rut actualizado con la obligación de facturar.

- Impuestos Nacionales y Distritales
 1. Debe declararse en el Formulario que adopte la DIAN para el efecto.
 2. Debe incluirse la información necesaria para la identificación del contribuyente
 3. Deben discriminarse, indicar su valor patrimonial, la jurisdicción donde estén localizados, la naturaleza y el tipo de todos los activos poseídos a 1 de enero de cada año, cuyo valor patrimonial sea superior a 3.580 UVT.
 4. Los activos poseídos a 1 de enero de cada año que no cumplan con el límite señalado en el numeral anterior, deberán declararse de manera agregada de acuerdo con la jurisdicción donde estén localizados, por su valor patrimonial.

Tramites de funcionamiento:

- Uso de suelos:

1. Descargar y diligenciar el formato M-FO-110 o solicitarlo, acudiendo a la ventanilla de radicación de la Secretaria Distrital de Planeación ubicada en el Super CADE CAD. Indicar la dirección oficial del predio o su ubicación y el código CHIP, si se encuentra en suelo rural y los antecedentes urbanísticos como licencias y demás, en el caso de existir.
2. Acudir a la Ventanilla de Correspondencia y Radicación de la Secretaría Distrital de Planeación y radicar el formato de solicitud diligenciado o virtual: ingresar a la Radicación Virtual de la página web de la Secretaría Distrital de Planeación.
3. Como respuesta se obtiene el Concepto de uso de suelo, en un término de 15 días hábiles, sin embargo, éste puede variar dada la complejidad relativa con la(s) norma(s) que le aplican al predio objeto de consulta, lo cual puede ocasionar una ampliación del tiempo de respuesta según autoriza la ley.

- Sayco:

1. Registro Establecimiento Nuevo,
2. Solicitar liquidación de acuerdo al establecimiento
3. Realizar pago.

- Certificación de Calidad

El proceso de certificación de la norma ISO 9001 tiene unas etapas definidas que vale la pena recordar. Veamos cuáles son:

1. Conocer los requerimientos normativos y legales en torno a la calidad.

2. Analizar la situación de la organización.
 3. Construir el Sistema de Gestión de Calidad desde cada acción puntual.
 4. los procesos requeridos por la norma ISO 9001.
 5. Proporcionar formación a los integrantes de la empresa.
 6. Realizar auditorías internas con ayuda de los propios trabajadores.
 7. Utilizar el sistema de calidad y ponerlo en marcha para comprobar su eficacia.
 8. Si es posible, solicitar una segunda auditoría a consultores especializados.
 9. Registrar el uso del sistema y mejorarlo.
 10. Solicitar la auditoría de certificación a los profesionales de ISO
- Medio Ambiente
 1. Verificar si el predio se encuentra en el Sistema de Áreas Protegidas.

 Descargar y diligenciar el Formulario de solicitud de certificación de estado de conservación ambiental
 2. Realizar el pago por el Servicio de Evaluación Ambiental:
 3. Radicar los documentos en los puntos de atención.
 - Código de Barras
 1. Envío documentación
 2. Afiliación convenio código de barras
 3. Generación Código EAN 13
 4. Enviar código EAN 13 a Pol
 5. Personalizar Plantilla
 6. Envío Pagos al banco
 7. Verificación de Conformidad.

- Afiliación a Salud, fondo de pensiones, riesgos laborales y caja de compensación
 1. El/la empleador/a es el encargado/a de afiliar a sus trabajadores/as a la seguridad social.
 2. Él/ella debe diligenciar los formularios de afiliación a pensiones, salud, riesgos laborales y cajas de compensación familiar.
 3. Como trabajador/a debo aportar mis datos tales como cedula de ciudadanía y

Documentos de identidad de los beneficiarios e informar a que fondo de pensiones y a que EPS me quiero afiliar.

4. El/la empleador/a debe registrarse ante la EPS, en la ARL y en las cajas de compensación familiar.
 5. Posteriormente deberá diligenciar los datos del trabajador/a en los formularios correspondientes y radicarlos.
- Tramites con ministerio para reglamento de trabajo, salud ocupacional y seguridad industrial.

Trámite que se realiza ante la Secretaría Distrital de Salud de Bogotá D.C., tanto para persona natural como persona jurídica, conforme a lo establecido en la nueva Resolución 4502 del 28 de diciembre de 2012 que regula el procedimiento y los requisitos para el otorgamiento y renovación de la licencia de salud ocupacional. Esta norma derogó expresamente la Resolución 2318 de 1996.

Las Secretarías Departamentales o Distritales de Salud, emitirán de manera gratuita con validez en todo el territorio nacional las licencias de salud ocupacional de persona natural

o jurídica, según lo dispuesto en el Artículo 7° de la citada Resolución 4502 que establece que en ningún caso la expedición de la licencia de salud ocupacional podrá tener costo. Por lo anterior la Secretaría Distrital de Salud de Bogotá continuará otorgando las licencias de salud ocupacional de manera gratuita.

- Normas o Política de distribución de utilidades.

Para repartir dividendos a los socios de una sociedad comercial no sólo se necesita que tengan utilidades en el ejercicio que se encuentren justificados en balances fidedignos, sino también haber cumplido ciertos aspectos legales. Primero, debe haber decisión del máximo órgano social y, en el caso de una sociedad anónima, la aprobación previa de la junta directiva. Por lo demás, las utilidades podrán distribuirse tras la provisión de las reservas legales, obligatorias hasta alcanzar los topes establecidos en la ley, a excepción de las sociedades por acciones simplificadas en las que se puede renunciar vía estatutaria a la provisión de las reservas legales.

- Establezca los tiempos para cada uno de los trámites.

Tabla 33

Tramites

Tiempos de Tramites	
1. Registrarse como persona Jurídica. Implicaciones Tributarias y las responsabilidades.	2 Semanas
2. Consultar disponibilidad del nombre	1 Día
3. Clasificar actividad Económica, clasificación de actividades económicas CIU	5 Días
5. Tramites de Funcionamiento	10 Días
6. Tramites de seguridad social y laboral:	10 Días
7. Elegir el banco	2 Días
8. Radicación de Documentos	5 Días
9. Prea probación	3 Días
10. Cita con la Dian	1 Día

Fuente Propia

3.4.1 Como Alimentar tabla Gastos de Personal

Tabla 34
Nomina

Fuente: Propia

3.4.2. Como alimentar tabla de Gastos de Puesta en Marcha.

- Basado en los tramites de constitución y legalización identifique cuales tienen costo. Relacione y Cuantifique los gastos por concepto de arranque y puesta en operación de la empresa tales como registros, certificados, permisos, licencias, estudios, etc.

Tabla 35

Gastos Puesta en marcha

<i>Gastos de Constitución</i>			
<i>Concepto</i>	<i>Unidad</i>	<i>Valor</i>	<i>Total</i>
Registro Mercantil	Un.	\$ 770.879	\$ 770.879
Permisos y Licencias	Un.	\$ 250.000	\$ 250.000
Total Año	\$	1.020.879	\$ 1.020.879

<i>Registro Mercantil</i>			
<i>Concepto</i>	<i>Unidad</i>	<i>Valor</i>	<i>Total</i>
Escritura de Constitución	Unidad	\$ 441.000	\$ 441.000
Registro Cámara de Comercio	Unidad	\$ 220.500	\$ 220.500
Registro mercantil, Documentos de constitución y formularios	Unidad	\$ 109.379	\$ 109.379
			\$ -
Total Año	\$	770.879	\$ 770.879

<i>Permisos y Licencias</i>			
<i>Concepto</i>	<i>Unidad</i>	<i>Valor</i>	<i>Total</i>
Licencia sanitaria		\$ 250.000	\$ 250.000
Total Año	\$	250.000	\$ 250.000

Fuente propia

3.4.3 Como alimentar tabla de Gastos Anuales de Administración

- Registre los gastos administrativos estimados, valorizados en forma anual, como servicios públicos (Agua, teléfono e internet, energía, gas, televisión cable). Arriendo, publicidad, mantenimiento, seguros para equipos o instalaciones, suministros de oficina, servicios bancarios, afiliaciones y suscripciones, Otros.

Tabla 36

Gastos Administrativos

Gastos Administrativos Mensuales													
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	TOTAL AÑO 1
Arrendamientos y Admón.	\$1.200.000	1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	1.200.000	\$ 1.200.000	1.200.000	\$14.400.000
Servicios Públicos	\$230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 320.000	\$ 230.000	\$ 230.000	\$ 240.000	\$ 240.000	\$ 280.000	\$ 380.000	\$ 410.000	\$ 3.250.000
Suministros de Oficina	\$40.000	\$ 40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 480.000
Aseo e Higiene	\$40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	\$ 40.000	40.000	\$ 480.000
Total Gastos Administrativos	\$1.510.000	\$1.510.000	\$1.510.000	\$1.510.000	\$1.600.000	\$1.510.000	\$1.510.000	\$1.520.000	\$ 1.520.000	\$1.560.000	\$ 1.660.000	\$1.690.000	\$18.610.000

Fuente: Propia

Desarrollo: construya la estructura organizacional, aspectos legales y gastos administrativos,

Tomando como referente los contenidos mencionados anteriormente, teniendo como punto de partida una idea de negocio con componente innovador.

4. Módulo de finanzas

- 4.1 Ingresos

4.1.1 Alimentar casilla de recursos solicitados en el simulador financiero suministrado por el programa de Administración de Empresas.

- 4.2 Egresos

4.2.1 Tablas de Egresos, como se generan (inversiones fijas y diferidas, costos de puesta en marcha).

4.2.3 Costos anualizados administrativos, gastos de personal anualizados

- 4.3 Capital de trabajo

4.3.1 Alimentar tabla de capital de trabajo

Anexos- Excel

5. Plan operativo

- 5.1 Cronograma de actividades

5.1.1 como alimentar tabla de cronograma de actividades

Tabla 37
Cronograma

Cronograma de actividades durante el mes

Seleccione a un empleado: Empleado 1

Escriba el año: 2019

Día de la semana o mes	DO	LU	MA	MI	JU	VI	SÁ	DO	LU	MA	MI	JU	VI	SÁ	DO	LU	MA	MI	JU	VI	SÁ	DO	LU	MA	MI
Innovacion y creacion de diseños																									
Presentar prpuesta del diseño																									
Recoleccion de materiales a utilizar																									
Confeccion y elaboracion de la prenda																									
Modelo y pueba de las prendas																									
Establecer presupuesto																									
Inventario																									
Comercilizacion																									
Domiciolios																									
Analizar Rentabiliada generada al mes																									
Toma de desiciones prente al producto																									

Fuente propia

- 5.2 Metas sociales

5.2.1 Aportes del plan de negocio al plan nacional de desarrollo

En desarrollo de nuestro plan de negocio y la constitución de la empresa genera impacto en el país de manera positiva en lo social y cultural puesto que comercializamos prendas para cualquier persona e identidades que manejan personales con tallas grandes y generando una comodidad y presentación de su uso, por otro lado, la empresa moda y más impacta la economía del país y la población ofreciendo empleo y sostenibilidad permitiendo a las personas adquirir sus ingresos y crecimiento económico.

5.2.2 Aportes del plan de negocio al plan regional de desarrollo

En nivel de Bogotá nuestra empresa genera impactos de innovación, creatividad y crecimiento económico de los ciudadanos y el sector textil al cual pertenece nuestro plan de negocio brindando oportunidades laborales a quienes desean hacer parte de empresas en esta industria.

5.2.3 Aportes del plan de negocio al Cluster ó Cadena Productiva.

Nuestra empresa será ubicada estratégicamente en la ciudad de Bogotá de tal manera que la empresa se relaciona al cluster de la moda e innovación en la confección de prendas en los diversos catálogos que ofrecemos, permitiéndose de esta manera generar negocios competitivos y de gran rentabilidad entre sí, moda y más buscará generar relaciones con los participantes en el desarrollo de la misma actividad económica ofreciendo al público calidad en la confección y los procesos de creatividad ampliando así los mercados.

5.2.4 Empleo a generar calificado, mano de obra directa y clasificación por vulnerabilidad.

Para la empresa Moda y más el factor humano es de los principales ya que para llevar a cabo la parte operativa se requiere la mano de obra de personal idóneo y especializado para generar el funcionamiento esperado, de tal manera un buen número de capital humano directo mejorando sus ingresos y el de los colaboradores según la rentabilidad de la empresa.

5.2.5 Número de Empleos indirectos.

No aplica.

5.2.6 Emprendedores con participación accionaria

La empresa moda y más será constituida por medio de 3 accionistas donde el capital accionario parte en porcentaje iguales según la cantidad inicial que se requiere para el monto de la empresa, de igual manera que las utilidades generadas por el desarrollo de las actividades económicas se dividen en el mismo porcentaje correspondiente a los 3 inicialmente accionistas.

6. Impactos

- 6.1.
- 6.1.1 Impacto Económico

El desarrollo y puesta en marcha de nuestro plan de negocios trae consigo mismo impacto económico como la generación de empleo, rentabilidades, participación en el mercado y en la industria textil como con nuestros proveedores y clientes los cuales vean en nuestro producto una imagen de calidad y buena presentación al utilizar y comercializar la línea y el portafolio que traemos, permitiéndonos de esta manera obtener ingresos y posicionar la empresa en esta industria.

- 6.1.2. Impacto Social

Nuestros productos tienen la posibilidad de ser comercializados y adquiridos por la diversidad de población a quien puede interesar vestir productos innovadores, de calidad y sobre todo que generen impactos sociales de buena presentación e imagen al quien desea utilizarlos para el desarrollo de sus labores diarias o cotidianas a las que se pueden ajustar.

- 6.1.3 Impacto Ambiental

Nuestro plan de negocios no afecta el medio ambiente ya que los productos a comercializar y el desarrollo de estos nos irrumpe con fuente como ruido, protección de fauna y flora y de más las cuales pueden involucrase en la elaboración, comercialización y distribución la variedad de productos que ofrecemos.

7. Resumen Ejecutivo

- 7.1.1 Concepto del Negocio
- Resumen ejecutivo

La empresa Moda y Más. Se establecerá en Bogotá, Colombia con el propósito de ofrecer productos de excelente calidad en el sector textil así mismo buscará proveerles a los clientes una experiencia donde predomine la flexibilidad en los productos, el excelente servicio al cliente y los mejores precios en el mercado. La empresa cuenta con grandes ventajas con respecto a sus competidores ya que ofrecerá precios sustancialmente bajos que el promedio del mercado.

El comportamiento del mercado de las confecciones, nos permite ver que es bastante atractivo, y que además es un generador constante de dineros para el país, por términos de exportaciones, ya que Colombia tiene una amplia tradición de país con un comportamiento textilero muy bueno. Así mismo el mercado local es atractivo, tanto así que existen diferentes organizaciones que llegan al país a invertir directamente, mostrándose como una buena oportunidad de negocio.

Esa es la razón que me motivo a pensar en un plan de negocio que permitiera interactuar a éste tipo de organizaciones dentro de un pensamiento más responsable con respecto al entorno en el que se mueven, la empresa cuenta con el código de clasificación CIIU respectivamente es el 1410 Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel donde esta clase incluye La confección de prendas de vestir. Los materiales pueden ser de todo tipo (excepto pieles) como telas, telas no tejidas, telas plastificadas, tejidos elásticos, encajes, cuero natural o artificial, materiales trenzables, entre otros. Estos materiales pueden estar bañados, impregnados o encauchados. En principio, el material se corta en

piezas que luego se empalman mediante costura. También Se incluyen tanto las labores ordinarias de producción, como aquellas realizadas por contrata. La confección de prendas de vestir sobre medidas y/o en serie. La confección de ropa de trabajo y así mismo la confección de otras prendas de vestir y artículos en tejido de punto y ganchillo, cuando son fabricados con telas o hilados, de telas no tejidas, entre otros, para mujeres hombres y niños: abrigos, trajes, conjuntos, chaquetas, pantalones, faldas, entre otros. Por eso la empresa Moda y Mas cuenta con la siguiente misión, visión y valores que buscan para la satisfacción del cliente frente a su producto.

La Misión de la empresa es ofrecer a las damas y caballeros que gustan del vestir, prendas de la más alta calidad y al mejor precio del mercado, con diseños novedosos que les permita sentirse cómodos y a la vanguardia de la Moda.

Y su visión que para el año 2021 Moda y Mas pretende ser la empresa líder en la confección, comercialización y distribución de prendas de vestir que puedan llegar a cualquier zona del país lo que nos permita posicionarnos en el mercado como una empresa exitosa con reconocimiento a nivel nacional gracias a nuestros productos, calidad, precios y servicio.

Los valores que ofrecemos en nuestra empresa, son aquellos que nos inculcaron de pequeños, para ser mejores personas para así mismo ayudar a muchas más personas, demostrarles que con respeto, confianza, honestidad, sinceridad y lealtad podemos llegar hacer grandes personas y lograr cada proyecto y cada cosa que deseamos con tanta fortaleza.

- Respeto: Todos los empleados tienen un buen trato y respetan a sus compañeros de trabajo.
- Confianza: La empresa tiene confianza en sus empleados.
- Honestidad: La honestidad es un valor muy importante en esta empresa.

- Sinceridad: La empresa es sincera con sus empleados y así mismo los empleados son con la gerente, para tener una buena relación y comunicación.
- Lealtad: Este valor es una de los más importantes pues los empleados son leales a sus gerentes, a los empleados y a sus funciones.

Su objetivo general es Diseñar estrategias de gestión empresarial para la implementación de mejoras con respecto a los diferentes procesos, en la unidad productiva Moda Y Más. Uno de sus objetivos específicos es Plantear estrategias de crecimiento, genéricas y defensivas que permitan una estabilidad y un mayor desarrollo.

La justificación del mercado pretende tener un énfasis que proporcione que necesita de la unidad productiva Moda y Más en cuanto a estrategias de marketing, haciendo ver la importancia de los planes y propuestas para realizar una metodología para la elaboración del Plan de Marketing.

Las políticas en una empresa son muy necesaria ya que con esto se logra llevar más control, implementar controles de proceso, en las áreas de la unidad productiva, con el fin de garantizar el cumplimiento de las especificaciones técnicas pactadas con los clientes.

- 7.1.2 Potencial del Mercado en Cifras
- Resuma con cifras el potencial de mercados regionales, nacionales e internacionales que tiene el bien o servicio, esto como resultado de los resultados de la investigación de mercados.

Análisis del mercado

Potencial de mercado en cifras:

Aspiramos a que en el 2020 al 2023 tengamos una proyección en el Mercado regional de un crecimiento sobre la ganancia actual, aumentando los niveles de producción para generar mayor impacto en el mercado, aspiramos a producir más de 4.120 unidades en uniformes abarcando el gremio de la academias, universidades, hospitales, empresas de aseo, etc. tanto a nivel regional como nacional

- 7.1.3 Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor
- Ventajas más destacadas, innovación, (comerciales, técnicas, operacionales, financieras, etc.) del producto o servicio, que según su criterio le permitirá asegurar el éxito y valores agregados con respecto a lo existente o la competencia.
 - Una de las ventajas para nuestro negocio es que el local donde estará ubicado es un sitio muy comercial y central
 - Ofrecemos el mismo valor por un precio menor para conseguir clientes sensibles al precio
 - Crear nuevos mercados para satisfacer las necesidades de los clientes y que se sientan identificados con la empresa explícitamente
 - Orientar a nuestros empleados a un nivel de calidad superior frente a nuestros competidores, para que nuestros recursos y materiales utilizados en la producción de uniformes y entregar un buen servicio
 - Garantizar desempeño superior a los productos de los competidores
 - Enfatizarnos en el diseño de nuestros productos para diferenciarnos de las demás empresas

- Permitir la adaptación de las ofertas que ofrecemos para satisfacer el gusto de los clientes

- 7.1.4 Resumen de las Inversiones Requeridas

- Mediante una tabla en detalle Defina las inversiones de infraestructura y capital de trabajo, cuyo total debe ser igual a los recursos solicitados al fondo aportes de los socios en dinero especie o conocimiento, para este último es necesario cuantificarlo, recursos solicitados al Programa de Administración de Empresas, igualmente te al final de la tabla sumar todos los rubros con el fin de definir la inversión total

Un socio apporto una capital de \$ 10.000.000 millones y los otros dos de \$12.000.000 millones para empezar con la elaboración de la empresa, los cuales fueron destinados en arrendamiento. Servicios públicos, suministros de oficina, aseo e higiene, registró mercantil, permisos y licencias, materia prima, costo transportes de producto terminado y costo de mantenimiento y demás implementos que se deben comprar para que cada día esta empresa crezca mas

Tabla 38

Inversiones

INGRESOS		EGRESOS	
socio 1	12.000.000	arrendamiento	14.400.000
socio2	12.000.000	servicio publico	3.250.000
socio 3	10.000.000	suministros oficinas	480.000
		aseo e higiene	480.000
		registro mercantil	770.879
		permisos y licencias	250.000
		materia prima	7.020.000
		costo transporte	
		producto terminado	3.000.000
		costo mantenimiento	4.000.000
TOTAL INGRESOS	34.000.000	TOTAL EGRESOS	33.650.879

Fuente: Propia

- 7.1.5. Proyecciones de Ventas y Rentabilidad

En el 2023 proyectamos a una rentabilidad en ventas registrando más de 4.000 ventas a nuestros clientes potenciales, distribuidas nacionalmente, dirigida a diferentes empresas las cuales se beneficiaran con nuestro porfolio de productos, que actualmente comercializamos. Para esto registramos inversiones superiores a los 2.112.247 millones, Precio por unidad: \$126.526, Proyección ventas: 4120 unidades Aproximadamente. Total estimado en ventas 2023 es de \$ 521.286.205 Aproximadamente

- 7.1.6 Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad

Concretamente presente las principales bondades financieras en términos del análisis financiero a los indicadores financieros proyectados (liquidez, rotación inventarios, rentabilidad neta), indicadores de flujo de caja y especialmente los indicadores de decisión (TIO, VAN, TIR, PRI, etapa improductiva, periodos de expansión).

Con base al balance inicial se analizaron las siguientes razones financieras:

La liquidez para el año 2020 de la empresa Moda y Más, No presenta un buen panorama con (-61,70%), pero presenta mejores opciones a la hora de pensar en financiamiento para el 2024 de (4,28 %), cumplir con sus pagos, realizar inversiones y pagar sus obligaciones de corto plazo. También se observan buenas condiciones a la hora de pagar sus pasivos a corto plazo sin necesidad comprometer sus inventarios. Adicionalmente se puede decir que los índices de liquidez determinaron que la empresa para el año 2024 puede cumplir inmediatamente con sus acreencias corrientes y puede mantenerse sin la necesidad de endeudarse, contando para ese mismo año una rentabilidad neta del 24,1 %.

Los indicadores de decisión de acuerdo a su VAN se presenta en 188.661.450 El valor actualizado de los cobro y pagos futuros de la inversión, a la tasa de descuento elegida generará beneficios. También la TIR se encuentra en 96,28 % en este caso, la tasa de rendimiento interno que obtenemos es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión. Finalmente obteniendo para una primera expansión del negocio se presentara en 24 meses llegando a una segunda en 36 meses.

- Sustente la viabilidad comercial (mercados), técnica, ambiental, legal y operativa.

La viabilidad comercial para este proyecto es posible ya que el mundo empresarial va en crecimiento en factores externos e internos a las Condiciones actuales o potenciales del entorno que representa una ventaja para la empresa así estas requieren de uniformes o dotaciones para diferente cargos como son aseo, construcción, enfermería, seguridad industrial, entre otros y al tiempo que va creciendo estas empresas va incrementando la empresa a la par con estas industrias, de acuerdo a la viabilidad técnica tendremos Tecnología suficiente y de calidad, nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente generan aceptación en las empresas ya mencionadas, cumpliendo con los requisitos legales.

Conclusión

Para crear la empresa se implementaron varias estrategias para crecer en el mercado y dar más variedad de productos ofrecidos y la calidad sea siempre la mejor.

La empresa busca posicionarse en el futuro, captando clientes nuevos y así aumentando su productividad como también sus ingresos.

Se realizó una encuesta que permite implementar todas las ideas que nos daba las empresas-Cliente gracias a las encuestas y tabulaciones logramos conocer más acerca del mercado, y la necesidad que se desea suplir.

Anexos

- Hoja de vida de los emprendedores y equipo de trabajo

Hoja de vida 1.



Datos Personales

Nombre:	Angélica María Silva Daza
Cédula de Ciudadanía:	No 1.019.139.827 de Bogotá
Dirección:	Carrera 52 No. 128 C - 15
Móvil:	3507702177
Teléfono Fijo:	4942602
Correo electrónico:	licasilva@hotmail.es

Perfil Laboral

Soy una persona responsable y honesta, con un alto nivel de compromiso por cumplir a cabalidad cada una de las obligaciones asignadas a mi cargo, con un gran interés de aprendizaje y facilidad del mismo para el adecuado desempeño de las funciones del cargo a desempeñar.

Conocimiento en servicio al cliente, marketing, herramientas ofimáticas, dispuesta a cumplir con las distintas funciones, obligaciones y normas laborales que tengan establecidas.

Estudios Realizados

Establecimiento: Sena – Centro de Servicios Financieros
Título: Tecnólogo en Gestión Empresarial

Secundaria: Colegio Aníbal Fernández de Soto
Título: Bachiller Académico

Experiencia Laboral

Empresa: Claro Telecomunicaciones
Cargo: Analista de Cartera
Jefe Inmediato: Francisco Bueno Caicedo
Periodo Inicio: 11 de octubre de 2017
Finalización: 11 de abril de 2018
Tel: 7429797 Ext 68407

Referencias Personales

Nombre: Brayan Benavides
Ocupación Actual: Ingeniero de sistemas
Teléfono: 3014720068

Nombre: Nicol Alvarado
Ocupación Actual: Administradora de ventas
Teléfono: 3112360360

Hoja de Vida 2.



Datos Personales

Nombre:	Andrea Estefanía Ruiz Niño
Cédula de Ciudadanía:	No 1.049.650.512 de Tunja
Dirección:	calle 58 N. 11-31
Móvil:	3142800801
Correo electrónico:	andrearuiz0430@gmail.com

Perfil Laboral

Tecnóloga en Gestión Administrativa con conocimiento en producción de documentos, archivo, organización y planeación de eventos, excelente manejo de herramientas ofimáticas, con capacidad y habilidades para trabajo en equipo, con actitud de servicio, alto sentido de responsabilidad y con facilidad de aprendizaje.

Técnica en auxiliar de Archivo y Registro con capacidades en recibir, clasificar, codificar documentos e identificar las carpetas, prestar apoyo en el resguardo de documentos, expedientes y demás interés para la empresa, llevar a cabo actividades de recepción, archivo y custodia de los documentos. Mantener la información organizada a disposición, prestar el servicio de consulta, préstamo y reproducción de los documentos, según su normatividad.

Estudios Realizados

- CENTRO DE FORMACION TECNICO LABORAL DE TUNJA
"COTEL"
Técnico Laboral en Auxiliar de Archivo y Registro (2017-2018) Tunja
- SENA REGIONAL BOYACÀ
Tecnólogo en Gestión Administrativa (2014-2016) Tunja
- Escuela Normal Superior Santiago de Tunja
Bachiller académico (2013) Tunja
- SENA REGIONAL GUAINÌA
Curso Virtual, CRM -la administración de la relación con los clientes con duración de cuarenta (40) horas
22 de Mayo 2015

Experiencia Laboral

- Tipo de experiencia: Practica (Aprendizaje Sena)
Cargo: Auxiliar Administrativa.
Funciones: Organización de archivo de Gestión del área de contabilidad
Fundación Universitaria Juan De Castellanos
Elvia María Martínez Borda
Jefe unidad financiera (JDC)
7422944 EXT.1103
01 Octubre del 2015 al 01 Mayo del 2016
- Tipo de experiencia: Practica
Cargo: Auxiliar de Archivo y Registro
Funciones: Organización de expedientes, realización de inventarios, hojas de control, rotulación, foliación.
Policía Nacional
CT. Diana Paola Martínez Sierra
Jefe grupo de incorporación de Boyacá
26 febrero del 2018 al 20 junio del 2018
- Tipo de experiencia: Digitación
Cargo: Digitador
Funciones: Digitación e ingreso de facturas, escaneo.
PROCOM (lefcom)
Manuel Pereira
Director Recursos Humanos

Hoja de Vida 3.



Datos Personales

Nombre:	Cristian David Muñoz Ladino
Cédula de Ciudadanía:	No 1.016.104.970 De Bogotá
Dirección:	Carrera 110 A BIS # 20B 34
Móvil:	3217526029
Teléfono Fijo:	7969501
Correo electrónico:	Munozcristian608@gmail.com

Perfil Laboral

Tecnólogo en Gestión empresarial con experiencia en el área de facturación y servicio al cliente, me caracterizo por ser una persona responsable, organizada, eficaz, con un buen desempeño laboralmente, me integro al trabajo en equipo aportando para el desarrollo de las actividades, mejorando cada día y adquiriendo conocimientos.

Capaz de asumir cualquier responsabilidad, siempre con buena disposición y actitud a la hora de realizar mis labores, manejando buenas relaciones interpersonales y contribuyendo al bienestar de la empresa.

Estudios Realizados

Bachiller Académico
Integrado de Fontibón
2015

Convenio con el Sena
Técnico en asistencia administrativa
Integrado de Fontibón
2015

Tecnólogo en gestión empresarial
Sena
2017
Convenio con universidades

Experiencia Laboral


Empresa: Conexos logística
Cargo: Auxiliar de facturación
Fecha de ingreso: 27/03/2017
Fecha de retiro: 27/09/2017
Jefe inmediato: Katherin Guerrero
Teléfono: 3102567578

Funciones: Durante los 6 meses de trabajo mi cargo era auxiliar de facturación y así adquirí experiencia en el manejo de cómputo y verificación de información por medio de archivos de Excel y la plataforma de la empresa, para luego pasar a facturar, de igual forma radicando documentos que llegan al área, atendiendo llamadas de los clientes y brindándoles la información necesaria.


Referencias Personales

Nombre:	Manuel Fernando Rincón Martínez
Ocupación Actual:	Coordinador de logística nacional
Teléfono:	3204484078
Nombre:	Katherin Fernanda Guerrero Amaya
Ocupación Actual:	Coordinadora de transportes
Teléfono:	3102567578

- Anexe cotizaciones que le den soporte al presupuesto

 MOUSE Interactivo		(+57) 314 239 69 16		BOGOTA	
CLIENTE		COTIZACION			
Andrea Ruiz		COTIZACION N° 1			
TEL: 3106804687		FECHA 29/08/2019			
E-mail: andrearuiz0430@gmail.com		VENCIMIENTO 28/09/2019			
REF	DESCRIPCION	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL	
17	SERVICIOS 17	500.000	1	500.000	
18	SERVICIOS 18	200.000	1	200.000	
19	SERVICIOS 19	75.000	1	75.000	
20	SERVICIOS 20	100.000	1	100.000	
21	SERVICIOS 21	300.000	1	300.000	
			SUB TOTAL	1.175.000	
			IVA (10%)	117.500	
METODO DE PAGO QUE ACEPTAMOS			DESCUENTO	200	
ACEPTAMOS PAGOS POR PAYPAL			TOTAL	1.292.300	
TERMINOS Y CONDICIONES					
CONTADO					

Fuente: Propia

 mouse interactivo		telefono (+57) 314 239 69 16		BOGOTA	
CLIENTE		COTIZACION			
Andrea Ruiz		COTIZACION N° 1			
TEL: 3106804687		FECHA 29/08/2019			
E-mail: andrearuiz0430@gmail.com		VENCIMIENTO 28/09/2019			
REF	DESCRIPCION	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL	
17	SERVICIOS 17	500.000	1	500.000	
18	SERVICIOS 18	150.000	1	150.000	
19	SERVICIOS 19	200	10	2.000	
20	SERVICIOS 20	2.500	10	25.000	
			SUB TOTAL	677.000	
			IVA (10%)	67.700	
METODO DE PAGO QUE ACEPTAMOS			DESCUENTO	200	
ACEPTAMOS PAGOS POR PAYPAL			TOTAL	744.500	
TERMINOS Y CONDICIONES					
CONTADO					

Fuente: propia

- Anexe las cotizaciones de cada necesidad y requerimiento

cotizacion de requerimientos				
producto	empresa	unidad	cantidad	valor
hilo(metro)	corseteria medellin	240	100	24.000
telas (metro)	manufacturas elliot	7500	500	3.750.000
	facol	7500	500	3.750.000
	el arca textil	7500	500	3.750.000
	textilero.com	7000	500	3.500.000
	textiles ivan	8000	500	4.000.000
moldes	orbey castellanos	50000	5	250.000
maquinas de coser	macoser	474600	8	3.796.800
	homcenter	500000	8	4.000.000
	tecni costura S.A	450000	8	3.600.000
maniquis	exhivicol	45000	10	450.000
	vialambre.com	40000	10	400.000
botones	BOTONES Y TENIDOS S A S x 78	200	1000	200.000
	BOTONES DE COLOMBIA S A S x78	300	1000	300.000
	BOTONES EL AS Y PROYECTOS SAS x 78	350	1000	350.000
cortadora	laser textil	254600	2	509.200
	importecol	258700	2	517.400

Fuente: Propia

- Cartas de intención o preacuerdos comerciales (anexo)

Ciudad de Bogotá 26 de mayo de 2019

Para: Moda y Más.

De: Manuel Gómez

Coordinador General

Asunto: Preacuerdo comercial

Por medio de la presente expresamos a usted nuestra intención de adquirir la dotación empresarial para todas las áreas de la empresa que son 110 uniformes para mujer y 80 para hombre.

En espera de su amable y pronta respuesta, quedo a sus órdenes.

Atentamente

- Formato de encuesta

Encuesta a la población

Nombre: _____

Fecha: _____

1. ¿Dónde compra usted la Dotación para sus empleados?

a. Almacén

b. Fabrica

2. ¿Qué clase de prendas de dotación requiere para su personal?

a. Camisa y Pantalón

b. Vestido Sastre

c. Overol

d. Otro

Pregunta 3. ¿Cómo consigue la empresa que le suministra las dotaciones?

a. Internet

b. Catalogo

c. Voz a voz

d. Visita a la empresa

4. ¿Cuántas veces al año hace la compra de este producto?

- a. Una vez
- b. Dos veces
- c. Tres veces

• Ficha técnica de la encuesta.

Fecha de Realización	20 al 27 de Agosto
Universo	Personas dueñas de empresas
Técnica de Recolección	Presencial y Virtual
Objetivo de la medición	Detectar las necesidades de las empresas y conocer sus hábitos de compra.
Método para Aplicar	Tipo Cuestionario, preguntas cerradas.

Fuente: Propia

• Calculo de la muestra.

N	14.004
Z	1.65 -90%
P	75%
Q	25%
E	10 %

Fuente: Propia

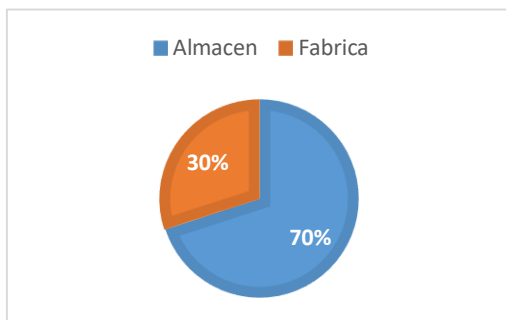
• Resultados de la investigación de mercados, tabular, graficar y analizar de manera individual cada pregunta y general

Investigación de Mercados

Pregunta 1. ¿Dónde compra usted la Dotación para sus empleados?

a. Almacén

b. Fabrica



Fuente: Propia

Análisis: De las empresas encuestadas se determinó que el 70% compran las dotaciones en los almacenes y solo el 30% los compran directamente en las fábricas. Por lo cual se evidencia que en almacenes son más factibles las ventas.

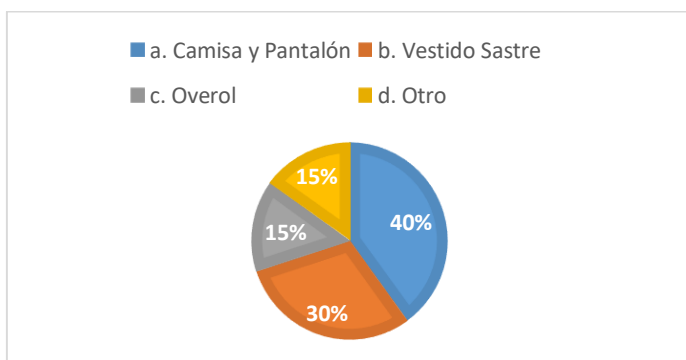
Pregunta 2. ¿Qué clase de prendas de dotación requiere para su personal?

a. Camisa y Pantalón

b. Vestido Sastre

c. Overol

d. Otro

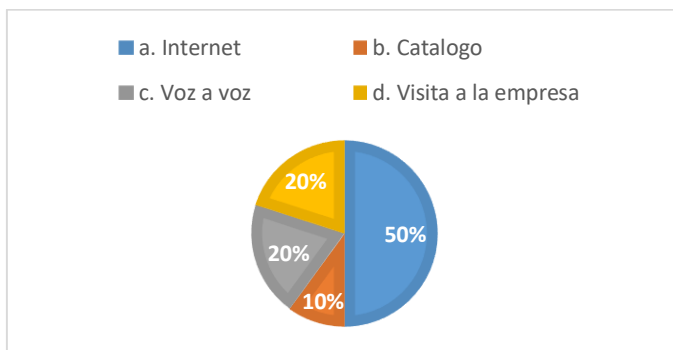


Fuente: Propia

Análisis: De todas las prendas de dotación empresarial que existen, la camisa y pantalón son las más utilizadas por las empresas. Este tipo de prenda es útil para las diferentes actividades de las empresas y por su comodidad. Por otro lado el vestido sastre es el segundo más exigido, por su elegancia.

Pregunta 3. ¿Cómo consigue la empresa que le suministra las dotaciones?

- a. Internet
- b. Catalogo
- c. Voz a voz
- d. Visita a la empresa



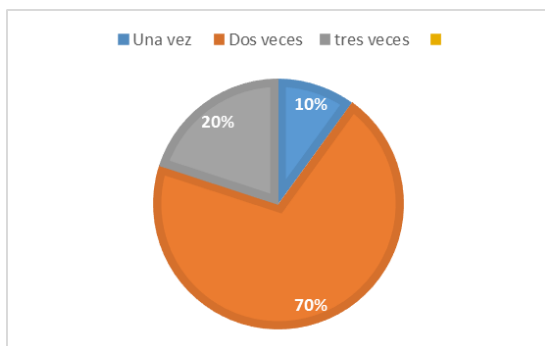
Fuente: Propia

Análisis: Actualmente las empresas buscan por internet páginas que dotaciones empresariales en las cuales encuentran los diseños, precios, materiales y más. Por esta razón las empresas escogen el internet por su facilidad.

Pregunta 4. ¿Cuántas veces al año hace la compra de este producto?

- a. Una vez
- b. Dos veces

c. Tres veces



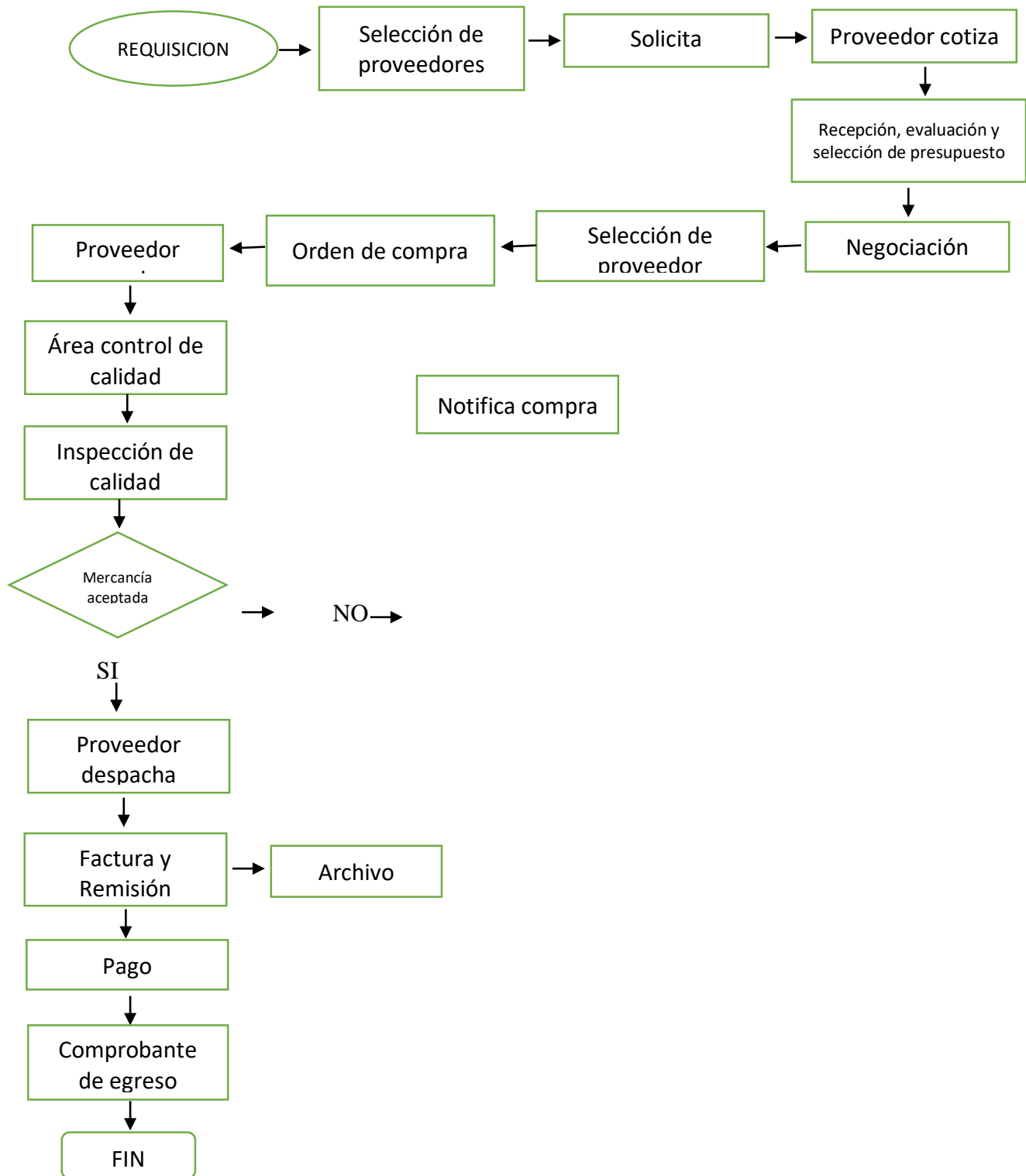
Fuente: Propia

Análisis: El 70 % de las empresas dan a sus empleados dotación 2 veces al año. Esto

garantiza que, como proveedores, cada 6 meses, se reciban pedidos. Por otro lado el 20%

cumplen con 3 dotaciones por año.

- Diagrama de flujo del proceso productivo para un bien o servicio



- Balances de materia y energía para cálculo de rendimientos (cuando hay transformación de materia prima)

En el desarrollo de nuestros productos el trámite que se le hace a la materia prima es procesamiento, una vez se tiene se inicia con el proceso y elaboración de las prendas deseadas, unificado los diferentes materiales como la tela, botones, hilos cremalleras y demás, para obtener con éxitos nuestro portafolio de productos.

- Capacidad instalada los cuales fueron necesarios para justificar las ventas

Tiempos Por Producción	Producto
96 Minutos	Uniforme Completo

- Diagramas de tiempos y movimientos del bien o servicio

Cronograma de actividades durante el mes

Seleccione a un empleado:

Empleado 1

Escriba el año:

2019

Día de la semana o mes	DO	LU	MA	MI	JU	VI	SÁ	DO	LU	MA	MI	JU	VI	SÁ	DO	LU	MA	MI	JU	VI	SÁ	DO	LU	MA	MI
Innovacion y creacion de diseños																									
Presentar prpuesta del diseño																									
Recoleccion de materiales a utilizar																									
Confeccion y elaboracion de la prenda																									
Modelo y pueba de las prendas																									
Establecer presupuesto																									
Inventario																									
Comercilizacion																									
Domiciolios																									
Analizar Rentabiliada generada al mes																									
Toma de desiciones prente al producto																									

- Programa de BPM, HACCP, CALIDAD, para el caso de planes de alimentos, cosméticos, productos de aseo

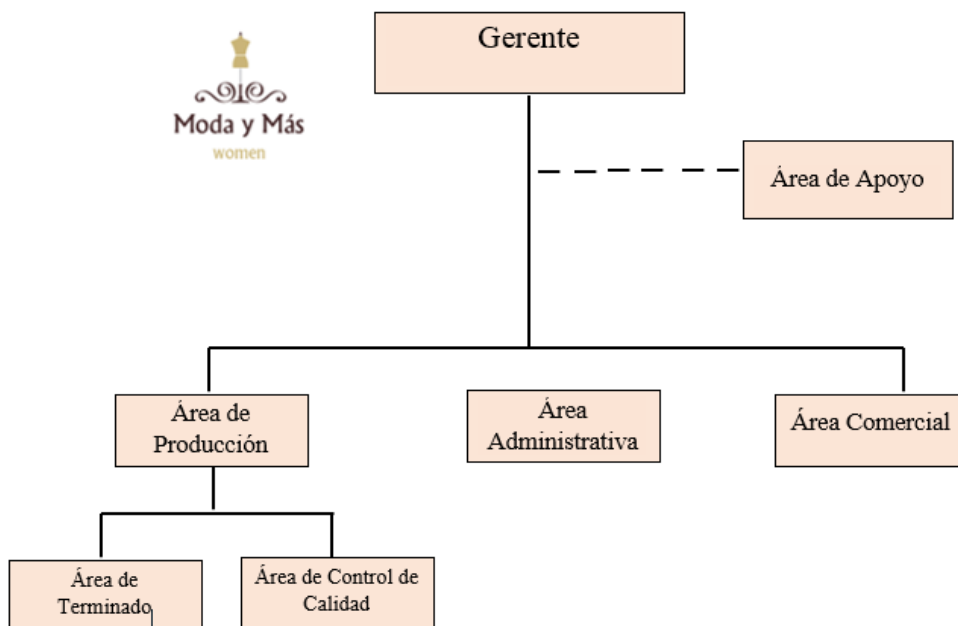
- No Aplica

- Diseño de planta o instalaciones



Fuente: Propia

- Organigrama de la empresa.



Fuente: Propia

- Cálculos de nomina

Nombre del empleado	Devengado								Deducciones					Neto pagado	Firma del empleado
	Salario básico	Días liquidados	Salario devengado	Horas extras	Recargos nocturnos	Trabajo dominical y festivo	Auxilio de transporte	Total devengado	Salud	Pensión	Fondo de solidaridad pensional	Retención en la fuente	Otras deducciones		
Auxiliar	900.000	30	900.000	100.000			97.032	1.097.032	40.000	40.000	-	-	-	1.017.032	
Administracion	2.500.000	30	2.500.000				-	2.500.000	100.000	100.000	-			2.300.000	
Operario 1	1.000.000	30	1.000.000	80.000			97.032	1.177.032	43.200	43.200	-			1.090.632	
Operario 2	1.000.000	30	1.000.000	100.000			97.032	1.197.032	44.000	44.000	-			1.109.032	
Operario 3	1.000.000	30	1.000.000	-			97.032	1.097.032	40.000	40.000	-			1.017.032	
Vendedor 1	900.000	30	900.000	-			97.032	997.032	36.000	36.000	-			925.032	
Vendedor 2	900.000	30	900.000	-			97.032	997.032	36.000	36.000	-			925.032	
Totales			8.200.000	280.000	-	-	582.192	9.062.192	339.200	339.200	-	-	-	8.383.792	

Fuente Propia

- Plan Nacional, Regional de Desarrollo

La creación de nuestra empresa genera impactos en el país de forma social, cultural al comercializar productos para las personas o las compañías con manejo de personal y buena presentación, brindando y ofreciendo al cliente comodidad, buena presentación y en la ciudad se caracteriza por la creatividad de nuestros diseños, ofrecemos empleo a las personas generando estabilidad y crecimiento de las mismas.

- Manual de Funciones

Denominación del cargo:		Área administrativa		Código:	1
Grado:	11	Nivel:	Asistencial		
Ubicación del cargo:	Oficina		Tipo de Contrato	Indefinido	
Sección:	Talento Humano				
Salario Básico:	900.000	Prestaciones básicas o extra legales: más todo lo de ley.			
Perfil:	Gestión Humana		Formación académica:	Técnico	
Requisitos mínimo:	Bachiller		estudios tecnológicos y/o experiencia:	Auxiliar 2 año de experiencia.	
Edad mínima:	20 a 45 años				
Función general o básica: Apoyar el área que se está siendo requerida por la empresa, por medio de ideas y actividades a realizar.					
Funciones específicas:					
1. Mantener a tanto a los jefes de las actividades que dan el funcionamiento para el cargo.					
2. Tener una buena presentación personal, tanto la persona entrevistada como la que entrevista.					
3. Hacer entrevista individual a cada persona, para ver si está capacitada para el cargo a obtener.					
4. Recibir hojas de vida y escoger las más indicadas para cada cargo.					
5. Tener buen conocimiento al momento de realizar el reclutamiento.					

Fuente Propia

Denominación del cargo:		Jefe Directivo		Código:	2
Grado:	11	Nivel:	Directivo		
Ubicación del cargo:	Oficina		Tipo de contrato	Indefinido	
Sección:	Administración				
Salario :	2 M	Prestaciones básicas o extra legales: más todo lo de ley.			
Perfil:	Administrador de Empresas		Formación académica:	Profesional	
Requisitos mínimo:	Titulado		estudios tecnológicos y/o experiencia:	2 años de experiencia.	
Edad mínima:	20 a 45 años				
Función general o básica: Ejerce el liderazgo para guiar y motivar a las empleadas, trabajar en equipo, y dar las funciones respectivas a cada operaria.					
Funciones específicas:					
1. Realiza las negociaciones y representa los intereses de la empresa ante los proveedores, clientes.					
2. Asignar salarios de cada empleada					
3. Manejar presupuestos y compras de telas y otros materiales.					
4. Hacerse responsable de cada proceso de la empresa.					
5. Supervisar Todas las unidades de la organización					

Fuente Propia

Denominación del cargo:		Operario de Producción		Código:	2
Grado:	11	Nivel:			
Ubicación del cargo:	Taller		Tipo de contrato	Indefinido	
Sección:	Producción				
Salario :	1 M	Prestaciones básicas o extra legales: más todo lo de ley.			
Perfil:	-		Formación académica:	Bachiller	
Requisitos mínimo:	Experiencia		estudios tecnológicos y/o experiencia:	2 años de experiencia.	
Edad mínima:	20 a 50 años				
Función general o básica: Manejar máquinas de coser tales como filete, collarín, plana etc. Para la elaboración prendas de vestir terminadas.					
Funciones específicas:					
1. Cortar tela					
2. Filetear, poner cremallera, botones etc.					
3. Manejo de maquinaria					

Fuente Propia

Bibliografía

Anónimo. 2018. Que son los Productos sustitutos. Recuperado de: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/como-controlar-la-amenaza-de-productos-sustitutos/>

Administración Moderna. 21 de noviembre 2013. Unknown . Recuperado de: <https://www.administracionmodernaes.com/2013/11/el-presupuesto-de-promocion.html>

Comerciales Avilés. Blog de embalaje. 3 de abril 2019. Recuperado de: <https://www.comercialaviles.com/blog/embalaje-de-productos-fragiles-consejos/>

Emprende pyme. Com. Amalia Gonzales-febrero 15,2018 Recuperado de: <https://www.playerasmark.com/conoce-los-tipos-y-caracteristicas-de-las-fibras-textiles/>

Gonzales Tamara. 2018. Recuperado de: <https://pe.fashionnetwork.com/news/El-gasto-per-capita-y-las-ventas-de-moda-en-Colombia-cerraron-con-alzas-el-mes-de-diciembre,939713.html#.XWltQS4za00>

Marketing-free.com. "El Empaque". Iván Thompson septiembre 2009. Recuperado de: <https://www.marketing-free.com/producto/empaques.html>

Prensa Inexmoda. 2018. Informe del Sector Textil y Confecciones – Agosto 2018
Recuperado de: <http://www.saladeprensainexmoda.com/informe-del-sector-textil-y-confecciones-agosto-2018/>

La voz. Ejemplos de estrategias de penetración. Chris Joseph. Recuperado de: <https://pyme.lavoztx.com/ejemplos-de-estrategias-de-penetracin-5280.html>
<https://www.emprendepyme.net/estrategias-de-comercializacion.html>

Impuesto a la venta. Gerencie.com. 24 agosto 2019. Recuperado de: <https://www.gerencie.com/impuesto-a-las-ventas.html>

La voz. 10 mejores estrategias promocionales. carl hose. Recuperado de: <https://pyme.lavoztx.com/las-diez-principales-estrategias-promocionales-5115.html>

Ombu Shop. La importancia de un buen servicio pos venta. 2015 Recuperado de: <https://www.ombushop.com/blog/vender-por-internet/la-importancia-de-un-buen-servicio-post-venta.html>

Prensa Inexmoda. 2018. Informe del Sector Textil y Confecciones – Agosto 2018
Recuperado de: <http://www.saladeprensainexmoda.com/informe-del-sector-textil-y-confecciones-agosto-2018/>

TRESCE. Digital marketing agency. Importancia del diseño web. Recuperado de:
<https://www.tresce.com/blog/la-importancia-del-diseno-web/>

Vendus. Canales de distribución de una empresa. Recuperado de:
<https://www.vendus.com/es/blog/canales-distribucion-empresas/cç>